

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang undang ini, dengan jumlah asset maksimal 50 juta sampai 300 juta. Usaha Mikro Kecil Menengah juga merupakan suatu usaha yang sangat banyak dijumpai dikota kota besar ataupun kota kecil, usaha mikro kecil dan usaha menengah ini mempunyai karakteristik masing masing yang dimiliki orang atau perorangan. Dalam sebuah usaha yang dijalankan seseorang harus mempunyai modal yang cukup dan juga memiliki tempat yang strategis untuk membuka suatu usaha yang ingin dijalankan dengan baik karena apabila suatu tempat dalam membuka usaha adalah dekat dengan masyarakat luas dan mudah dijangkau masyarakat. 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 yang dijalankan menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha Menengah merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, usaha menengah ini juga merupakan salah satu usaha yang banyak diminati orang orang karena dalam menjalankan usaha ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran, dalam membuka sebuah usaha

menengah ini harus memiliki modal yang cukup besar dalam membuka suatu usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari suatu 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.

Indonesia merupakan suatu negara yang jumlah usaha kecil dan menengah sangat banyak. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS 2020) terdapat sebanyak 61,8 juta unit usaha kecil di Indonesia. UKM merupakan salah satu usaha kecil menengah yang sangat penting yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian. Salah satu dari usaha mikro, di Pasar Lama Lintongnihuta Humbang Hasundutan. Adapun salah satu yang menjadi kendala yang dihadapi dalam usaha mikro Pasar Lama di Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan adalah kurangnya modal usaha, karena dalam kurangnya modal menjadi salah satu penghambat dalam perkembangan suatu usaha. Selain itu permodalan juga dengan penggunaan pembukuan yang masih manual yang dilakukan dalam mendata dan menulis semua barang-barang yang terjual dalam satu buku sehingga pendataan yang dilakukan kurang jelas dalam melihat apa saja barang-barang yang paling sering habis di dalam UMKM di Pasar Lama Lintongnihuta Humbang Hasundutan karena dalam pendataan barang harus jelas supaya kita tahu dalam menyisihkan barang tersebut. Selain itu suatu usaha akan berjalan dengan lancar dengan cara bagaimana mempromosikan toko yang didirikan menjual jenis dan barang apa saja yang dijual dalam usaha yang dijalankan. Oleh sebab itu suatu toko yang dijalankan harus mencapai tujuan yang pasti yaitu mendapat keuntungan dalam

usaha UMKM yang dijalankan berkembang dengan baik. Dalam pencapaian tujuan yang dipenuhi suatu usaha dalam pencapaian UMKM adalah untuk mewujudkan perekonomian dan laba yang maksimal untuk menumbuhkan kemampuan dalam berwirausaha supaya dapat berkembang pesat. Dalam suatu usaha UMKM dapat berjalan dengan lancar untuk memperoleh laba yang lebih maka usaha dapat membuka cabang dibeda tempat untuk mengembangkan usaha UMKM.

Dalam sebuah usaha mikro kecil menengah terdapat beberapa fenomena yang sering terjadi baik dalam kurangnya permodalan dalam memulai usaha, kurangnya cara pengembangan suatu usaha dapat menjadi suatu hambatan dalam mengembangkan usaha UMKM supaya berjalan dengan baik. Usaha di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan dalam penggunaan alat teknologi untuk memasarkan usahanya kurang mampu karena dalam zaman sekarang ini yang semua sudah menggunakan internet baik berdagang ataupun jual beli yang digunakan sudah serba instan. Penggunaan internet bagi peran usaha mikro usaha kecil dan usaha menengah ini mempermudah kita untuk mendata barang apa yang masuk bagi toko tersebut serta berapa jumlahnya barang yang dikirim kedalam toko tersebut serta juga mempermudah dalam mengetahui barang jenis apa yang sering laku dan cepat habis didalam toko tersebut. Karena dengan adanya penggunaan alat teknologi yang digunakan dalam pemasaran akan terlihat jelas. Dengan adanya suatu usaha mikro kecil menengah Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan yang salah satunya adalah UMKM yang terdapat di Lintongnihuta ini memiliki omzet mulai dari 5 juta sampai 20 juta. Usaha UMKM ini dapat berjalan

dengan baik karena letak usaha atau lokasi tersebut dekat dengan masyarakat yang ada didaerah Lintongnihuta Humbang Hasundutan.

UMKM Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan memiliki suatu permasalahan yang sering dihadapi yaitu bagaimana upaya pengembangan yang dilakukan dalam usaha tersebut supaya dapat berkembang dan berjalan dengan baik. Untuk itu dalam usaha UMKM ini penting diteliti adalah supaya kita mengetahui sejauh mana usaha Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan dapat dikembangkan dengan adanya UMKM. Dengan penggunaan alat teknologi seperti laptop dalam mendata barang masuk dan keluar yang datang untuk dijual akan terlihat dengan jelas seberapa banyak, karena kesulitan dalam mengakses sumber daya perlu dilakukan dan dikembangkan dalam usahanya. Karena minimnya akses internet terhadap informasi dapat menjadi hambatan untuk memperoleh informasi serta jaringan bisnis yang memadai. Dengan ini pemerintah berperan penting dalam kebijakan UMKM yang dijalankan Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan yang bertujuan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan karena selain dari penggunaan alat teknologi atau internet yang kurang juga mengalami kesulitan dengan adanya tren pasar yang berubah cepat serta juga persaingan yang semakin ketat dengan usaha – usaha besar yang dimiliki orang atau perorangan yang lainnya. Untuk itu dengan adanya persaingan yang semakin banyak kita harus tau bagaimana supaya usaha yang kita dirikan banyak diminati masyarakat dan juga banyak yang datang berbelanja ke toko tersebut. Semakin laku barang yang dijual dan cepat habis maka barang barang tersebut tidak akan banyak yang terbuang karena expayet. Karena kalau barang yang sudah expayet tidak dapat

diperjual belikan untuk itu kalau barang yang cepat habis akan cepat juga berganti jadi barang yang baru. Dengan adanya kebijakan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan juga mengurangi tingkat kemiskinan.

Dalam upaya pengembangan usaha yang dijalankan perlu beberapa upaya atau solusi yang harus dilakukan supaya usaha semakin meningkat adalah :

1. Mengembangkan usaha dengan cara mempromosikan usaha yang didirikan atau yang dijalankan.
2. Penggunaan jaringan yang dilakukan akan mempermudah dalam mendata barang yang dibeli dan yang akan dijual kepada masyarakat.
3. Tetap fokus pada usaha yang dijalankan Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan.
4. Menggunakan harga yang sesuai dengan pasaran yang dijual dan membuat keuntungan yang tidak banyak.
5. Meningkatkan pelayanan yang ramah terhadap pembeli.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu: Pengembangan dalam usaha mikro kecil menengah di pasarlama lintongnihuta.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah upaya pengembangan yang dilakukan di Pasarlama Lintongnihuta.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan UMKM terhadap pemasaran usaha di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan.
2. Untuk mengetahui keberhasilan dalam pengembangan UMKM di Pasarlama Lintongnihuta
3. Untuk mewujudkan perekonomian yang seimbang dalam UMKM
4. Menumbuhkan kemampuan dalam memasarkan dalam pengembangan UMKM di Pasarlama Lintongnihuta.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Menambah wawasan peneliti dan wawasan bagi pembaca dibidang kewirausahaan.

Dapat menjadi acuan bagi aktifitas dalam pengembangan usaha UMKM.

### 2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku UMKM

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan dalam menjalankan usaha UMKM, yang berkaitan dengan perilaku usaha dan modal usaha untuk lebih mengembangkan usahanya.

Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya mengenai perilaku usaha dan modal usaha terhadap keberhasilan UMKM.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kerangka Teori**

##### **2.1.1 Pengertian UMKM**

UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang atau perorangan ataupun badan usaha yang didirikan yang sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Menurut Longenecker et al. (2001) mengatakan UKM adalah usaha yang berpendapatan pertahun 100 juta sampai 500 juta dan tenaga kerja kurang dari 100 orang. Sedangkan Ball et al. (2001), berpendapat bahwa UKM (Usaha Kecil dan Menengah) adalah yang memiliki omset lebih dari 300 juta dengan karyawan lebih dari 100, dengan kekayaan bersih 100 juta (di luar tanah dan bangunan). Dalam pendapatan yang diperoleh dari para ahli tersebut adalah UMKM yang memiliki pendapatan sampai ratusan juta adalah salah satu UMKM yang yang dijalan dapat berjalan dengan lancar karena dalam membuat sebuah usaha UMKM harus mempunyai modal yang cukup, karena modal inilah yang akan dibuat dalam membuka usaha yang dijalankan serta apa yang akan dijual dalam usaha tersebut. UMKM banyak diminati masyarakat, tidak hanya juga dengan modal yang dibuat tetapi juga dengan tempat yang strategis dalam membuat usaha. Tempat yang dekat dengan keramaian dan juga masyarakat dapat dengan mudah dijangkau bagi orang-orang yang datang berbelanja ke dalam toko tersebut. Selain dari pada modal dan tempat yang strategis juga dengan jenis barang apa yang dijual dan seperti apakah usaha yang dijalankan dalam usaha

tersebut. Begitu juga dengan salah satu usaha di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan.

Usaha di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan tersebut memiliki tempat yang strategis dalam membuat usahanya serta letak usaha tersebut dekat dengan masyarakat sehingga dapat mudah diketahui orang-orang. Jenis usaha yang dijalankan dalam usaha di pasarlama lintongnihuta humbang hasundutan ini adalah menjual sembako dan juga menjual jajanan yang berbagai macam jenis yang kemudian dijual dengan jumlah yang banyak, selain dari pada itu juga dengan dijual eceran karena ada juga pembeli yang membeli dengan eceran tidak mengambil banyak. Berdasarkan usaha yang dibuka di toko tersebut dapat menjadi salah satu sumber penghasilan bagi orang yang membuka usaha UMKM tersebut. Jika semakin laris toko usaha yang dibuat maka penghasilan yang didapat akan semakin hari akan semakin bertambah pendapatan yang diperoleh.

Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil menengah, UMKM bisa dibedakan berdasarkan jumlah aset dan total omzet penjualannya. Dengan pendapatan yang diperoleh 5 sampai 20 juta dalam setiap bulannya dapat menjadi pengaruh positif pada penjualan yang dapat menggerakkan roda perekonomian. Dalam membangun sebuah usaha tentu mengalami kendala-kendala seperti yang diuraikan. Adapun cara dalam mengatasi supaya usaha-usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik, hal tersebut adalah seperti :

- Memahami jenis usaha yang dijalankan
- Memastikan modal usaha
- Mempersiapkan strategi operasional yang baik

- Meningkatkan kinerja setiap saat
- Meningkatkan promosi dalam usaha yang dijalankan .

Seperti dalam usaha toko yang berlokasi di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan yang merupakan salah satu tempat usaha yang laris terutama didaerah tersebut. Karena letak dari toko ini adalah dekat dengan keramaian masyarakat yang ada di lingkungan toko tersebut yaitu Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan. Tidak halnya dengan lingkungannya, juga datang dari beberapa pedesaan yang datang berbelanja ke toko tersebut. Selain dengan toko yang lengkap dan berbagai sembako yang dijual ada juga beberapa keperluan lainnya seperti bola lampu dan lainnya. Oleh karena itu, mereka memerlukan beberapa karyawan supaya usaha tersebut tetap berjalan dengan baik. Para pembeli yang datang ke Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan dengan jumlah yang banyak harus memesannya kepada toko tersebut terlebih dahulu supaya mereka dapat mengatur apa saja yang mereka beli dan akan lebih gampang dalam proses pembayarannya. Tidak juga dengan hal itu ada juga beberapa orang pembeli dengan jumlah yang banyak langsung mengambil barang apa yang mereka butuhkan kedalam grosir tersebut.

Suatu usaha yang baik dapat berjalan dengan lancar bila kualitas produk serta dan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Apabila pelaku usaha UMKM baik dalam pelayanan atau kualitas produk yang kurang baik, maka pelanggan yang datang ke toko tersebut tidak tertari dan berkurang yang datang berbelanja ke toko tersebut. Dalam ini juga ada faktor persaingan toko yang satu dengan yang lain didaerah tersebut yaitu daerah Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan

dapat menjadi salah satu penghambat berkembangnya UMKM. Sulitnya daya saing yang semakin bertambah baik juga dengan produk yang sama, harga jual seta kualitas produk yang diperdagangkan untuk memperoleh hasil yang maksimal dari usaha yang telah dijalankan. Permasalahan di atas berdampak pada kinerja penjualan yang dijalankan. Sebab kinerja penjualan yang baik mampu membuat perusahaan semakin baik dengan pelayanan yang baik kepada pembeli dengan ini dalam menjalankan usaha ini yang paling terpenting adalah dari pelayanan kita terhadap konsumen supaya kita dapat mempertahankan kinerja penjualan .

Basu Swastha (2002) retail adalah atau eceran dalam kenyataannya tidak selalu hanya konsumen akhir, tetapi juga dari pasar bisnis yang melakukan pembelian untuk diolah atau dipasarkan kembali. Retail adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Sedangkan dalam kamus Bahasa Inggris – Indonesia (Romney dan stainbart, 2018) retail dapat diartikan sebagai “ eceran”. Dalam hal ini Bisnis mempunyai potensi besar untuk meraup banyak keuntungan salah satu yang terkait dalam bisnis ritel adalah bisnis penjualan barang atau jasa kepada pembeli dalam satuan atau eceran dan pelakunya biasa disebut pengecer. Ini adalah bisnis penjualan barang atau jasa kepada pembeli dalam satuan atau eceran dan pelakunya biasa disebut pengecer. Pengecer membeli barang pada grosir dalam jumlah besar untuk mendapat harga yang lebih murah, kemudian memprosesnya seperti mengolah atau mengemas dan menjualnya kembali ke konsumen akhir dalam jumlah. Sebab pembelinya adalah konsumen akhir, maka sangat pas menyebut

bisnis sebagai mata rantai akhir pasokan atau supply chain. Dengan adanya bisnis ritel ini tentu sangat membantu produsen agar produknya sampai ke konsumen. Sementara supplier adalah penyuplai barang kepada penjual ritel. Supplier sangat banyak macamnya, seperti supplier barang mentah untuk produksi, barang setengah jadi dan barang jadi atau produk. Namun, pada rantai persediaan ini kita akan bahas supplier produk dimana supplier bekerja sama dengan produsen agar produk tersebar keseluruh penjuru daerah. Dari tangan supplier, ada grosir atau tengkulak yang akan membeli produk dalam jumlah yang sangat besar atau partai. Kemudian ritel akan membeli dari grosir dalam jumlah yang besar dan mengecerkannya. Kemudian, pembeli bisa membeli dalam jumlah satuan untuk kebutuhan sehari-hari dan dipakai sendiri. Umumnya, grosir hanya membeli satu jenis barang. Misalnya, grosir gula. Maka, gulanya akan diborong dengan skala per ton. Bahkan semua jenis gula akan masuk dalam ke Pasarlama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan daftar agar lengkap serta juga persediaan sembako yang lainnya seperti beras dan lainnya dalam jumlah yang banyak sehingga barang yang bisa di setok dalam gudang supaya para pembeli tidak kehabisan dalam grosirannya. Para grosir membeli barang dalam jumlah besar dan mengemas ulang jadi bagian-bagian kecil untuk dijual ke ritel. Jadi, grosir lebih fokus pada kuantitas dari pada kualitas suatu barang . Untuk melakukan bisnis grosir, kamu memerlukan investasi dana yang cukup besar. Namun, jangkauan bisnisnya bisa lebar hingga beberapa kota dalam provinsi atau pulau. Sedangkan supplier ada banyak macamnya seperti supplier barang mentah, barang setengah jadi, dan barang jadi. Supplier barang mentah bertugas menjual produk mentah dari produsen ke industri yang akan mengolahnya.

Sedangkan supplier barang setengah jadi biasanya membeli produk dari sebuah industri, lalu menjualnya ke industri lain. Jika berhubungan dengan grosir dan ritel maka supplier yang berperan aktif adalah supplier barang jadi. Supplier ini akan menerima barang jadi dari produsen untuk disebar ke berbagai daerah, provinsi bahkan negara.. Modal utama seorang supplier adalah koneksi dan jaringan dengan para produsen dan grosir, serta dana yang tidak sedikit untuk mengambil produsen dan ongkos kirim. UMKM bertahan dalam kondisi pasar yang bergerak dengan cepat.

Dalam suatu Kualitas layanan merupakan salah satu kebutuhan bagi industri dalam beberapa tahun terakhir terlihat bahwa pembangunan di semua sektor industri cukup meningkat, salah satunya industri yang berorientasi pada jasa dan pelayanan untuk konsumen. Kualitas layanan menjadi tolak ukur utama perusahaan di. Kualitas layanan yang baik. (Romney dan stainbart, 2018) kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan dan implementasi sistem informasi pada suatu perusahaan maupun lembaga PUSDOKINFO (Pusat Dokumentasi dan Informasi). Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pengguna/pelanggannya.kualitas suatu produk dapat digambarkan dan dievaluasi dalam beberapa cara. Seringkali sangat penting untuk membedakan dimensi kualitas. Berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan tersebut, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Toko di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan.

Adapun jenis jenis UMKM yang yang sering dijumpai adalah sebagai berikut:

### *1. Bisnis Kuliner*

Kuliner adalah bisnis yang tak pernah mati karena makanan merupakan kebutuhan semua orang. Menurut Wolf (2011), bisnis kuliner adalah tentang makanan, menjelajahi dan menemukan budaya dan sejarah melalui makanan dan kegiatan terkait makanan dalam menciptakan pengalaman yang mengesankan. Usaha kuliner ini juga sangat banyak kita jumpai disetiap kota begitu juga dengan dengan yang dekat dengan kampus, perusahaan dan yang lainnya. Ragam usaha kuliner yang bisa dikembangkan pun sangat banyak. Anda dapat memulai berbisnis di bidang ini dengan modal awal yang kecil. Usaha kuliner ini akan berkembang jika banyak orang yang meminati usaha tersebut. Untuk sukses, kuncinya terletak pada kualitas rasa makanan, pelayanan, dan strategi pemasaran.

### *2. Bisnis Fashion*

Bisnis fashion juga berpotensi menghasilkan profit yang besar, terutama pada momen tertentu seperti hari raya. Menurut Nugroho dan Fauziyah (2018) menyebutkan bahwa fashion diartikan sebagai kostum, pakaian, perlengkapan badan dan mode. Bisnis fashion juga sangat banyak diminati oleh setiap orang terutama juga dengan fashion wanitayang semakin hari akan semakin berubah model yang akan berubah pada bagi yang meminati bagian pada bagian fashion. Tren mode yang terus berganti seiring perubahan zaman membuat bisnis ini tidak pernah jalan di tempat. Mengembangkan UKM di bagian produksi maupun jual beli

produk fashion, baik di toko konvensional, maupun online. Karena seseorang mempunyai bakat dalam fashion akan merubah gaya hidup seseorang mulai dari pendapatan sampai dengan membuka usaha pada bagian tersebut.

### 3. *Bisnis Pendidikan*

Tempat-tempat kursus dan pelatihan tatap muka cukup digemari, baik pelajar sekolah maupun orang yang ingin menambah keahlian khusus. Menurut UU No. 20 tahun 2003 Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara. Untuk memulai berbisnis di bidang ini, dalam bisnis pendidikan juga dengan terdapatnya beberapa les privat yang dibuka bagi anak-anak ataupun juga siapa yang meminati pada les privat tersebut karena les privat ini ada berbagai macam seperti les privat bahasa Inggris, music, vocal, matematika dan yang lainnya. Anda harus mengenali kemampuan diri sendiri sebagai modal awal. Selanjutnya, tawarkan keunggulan yang tidak bisa diperoleh pengguna jika hanya belajar secara online.

### 4. *Bisnis Otomotif*

Ada banyak peluang bisnis UMKM di bidang otomotif, antara lain jual beli suku cadang kendaraan, rental mobil atau motor, bengkel otomotif, dan jasa cuci kendaraan. Infantri (2015) adalah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional.

Bisnis ini juga sangat banyak diminati bagi para kaum remaja yang mulai sebuah praktek yang ahli dibidang itu. Tidak hanya itu begitu juga dengan beberapa orang yang ahli dalam bidang itu yang mulai mengembangkan usaha bengkel sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang-orang yang berminat dalam usaha bengkel tersebut. Bisnis ini sangat potensial karena jumlah kendaraan terus bertambah. Rata-rata pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor adalah 5,3% per tahun.

#### 5. *Bisnis Agribisnis*

Sebagai kebutuhan pokok, peluang usaha agribisnis, yaitu bisnis di bidang pertanian dan peternakan, sangat terbuka lebar. Pada usaha bagian ini juga sebagian besar penduduk Indonesia yang bekerja dibagian pertanian, peternakan dan lainnya yang memerlukan beberapa tenaga juga dapat membantu perekonomian mereka sebagai salah satu pengusaha pada bagian tersebut. Namun, pelaku UMKM masih didominasi oleh orang tua. Beberapa contohnya adalah ternak ayam potong atau ayam petelur, budidaya tanaman rempah, jual sayur organik, dan jual bibit tanaman.

#### 6. *Bisnis Tour & Travel*

Bisnis tour & travel sangat potensial, terutama di daerah pariwisata. Bisnis tour and travel ini juga ada di beberapa bagian tempat yang dekat dengan wisata wisata yang terbaik. Wilopo & Hakim, (2017) Tour and Travel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan pariwisata yang melayani pembuatan paket tour melalui media online yang bisa menawarkan paket tur dengan ekstra fasilitas yang memudahkan wisatawan. Bisnis ini juga mencakup

layanan akomodasi, seperti guest house, cottage, villa, losmen, dan sebagainya. Ada pula bisnis oleh-oleh yang menggiurkan, baik makanan maupun produk khas.

#### *7. Bisnis Produk Kreatif*

Ragam produk kreatif atau kerajinan tangan memiliki nilai jual yang tinggi. Arini (2017) produk kreatif adalah Pengembangan Usaha Pengembangan usaha adalah keadaan dimana sebuah usaha berkembang atau tidak dilihat dari beberapa indikator yang dapat dijadikan pengukuran untuk menentukan suatu usaha berkembang. Salah satu kerajinan tangan yang dapat kita lihat adalah kerajinan tangan serba rajut mulai dari tas, dompet dan yang lainnya yang lainnya. Keunggulannya terletak pada keunikan dan sisi artistiknya. Ada banyak peluang usaha kecil dan menengah di bidang ini, mulai dari membuat produk fesyen hingga aksesoris dan ornamen untuk rumah.

#### *8. Bisnis Teknologi Internet*

Berbasis teknologi internet, bisnis UMKM jauh lebih berkembang. Bisnis ini dibutuhkan oleh masyarakat masa kini yang akrab dengan dunia maya. Selain potensial, bisnis teknologi internet juga memiliki lingkup yang luas sehingga memungkinkan beragam inovasi dan eksplorasi.

#### *9. Bisnis Kecantikan*

Dengan modal yang tidak terlalu besar, Anda bisa memulai bisnis kecantikan seperti salon. Peluangnya pun cukup besar. Supaya sukses, hal yang bisa ditawarkan adalah kualitas layanan dan variasi jasa.

#### *10. Bisnis Event Organizer*

Bisnis ini juga bisa menggeluti bisnis event organizer dalam skala kecil hingga menengah jika modal tak seberapa. Ada banyak contoh yang bisa dicoba, seperti menyelenggarakan acara ulang tahun, anniversary, pernikahan, dan sebagainya.

#### *11. Bisnis Jasa Kebersihan*

Jasa kebersihan, contohnya laundry, merupakan kebutuhan masyarakat modern. Karena dalam usaha bisnis ini juga banyak orang yang bekerja 24 jam sehingga tidak sempat dalam melakukan semua pekerjaannya. Dengan modal yang tidak terlalu banyak, bisnis sudah bisa dimulai. Selain laundry, Anda juga bisa mengembangkan jenis lain, seperti membersihkan sepatu, helm, atau rumah.

#### *12. Bisnis Kebutuhan Anak*

Kebutuhan anak bermacam-macam, mulai dari pakaian, makanan, bacaan, hingga mainan. Bidang bisnis ini sangat menjanjikan karena orang tua biasanya tak sungkan mengeluarkan uang untuk kebutuhan anak.

#### *13. Bisnis sembako*

Bisnis ini adalah salah satu usaha yang sangat laris terutama di beberapa daerah. Umumnya dalam memulai bisnis ini adalah dimulai dengan modal yang kecil dengan banyaknya masyarakat yang meminati dan terjual laku di daerah tersebut sehingga setiap bulannya berkembang. Keuntungan dari usaha warung sembako bisa didapat dari jumlahnya banyaknya barang yang terjual seperti menjual beras, jajanan, minuman, mie instan, minyak goreng, berbagai macam sabun, produk penyedap rasa, air mineral, susu, dan lain lainnya.

### **2.1.2 Dimensi Kualitas Jasa**

Dimensi kualitas jasa adalah suatu tingkat kesesuaian atau merupakan penilaian dari hasil layanan usaha sebuah jasa dengan persyaratan konsumen yang membuat konsumen akan merasa puas dan menguntungkan bagi usaha karena konsumen akan terus berdatangan. Menurut Kotler (2001) keyakinan terhadap secara tepat dalam pemberian layanan terhadap pelanggan bagi pengusaha pada usaha yang akan menentukan bagaimana suatu kualitas jasa dalam suatu usaha tersebut seperti pada usaha kecil di Pasar Lama Lintongnihuta Humbang Hasundutan. Dengan kualitas jasa dalam memahami pelanggan dalam suatu usaha yang dijalankan UMKM ada 5 adalah sebagai berikut:

1. Reliabilitas (Reliability),

Kemampuan untuk memberikan jasa kepada pelanggan dengan tingkat kepuasan kepada pelanggan yang datang ke dalam usaha toko tersebut yang baik bagi pelanggannya. Karena dalam pelayanan kepada pelanggan dapat menjadi suatu penilaian sisi positif kepada toko tersebut, oleh sebab itu para pengusaha harus memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.

2. Daya Tanggap (Responsiveness),

Daya tanggap adalah kemampuan untuk menerima daya tanggap dengan memberikan reaksi terhadapnya daya tanggap tangkap kemampuan memahami apa yang ditangkap atau diterima adalah suatu cara untuk melatih daya tanggap tangkap. Daya tanggap tarik kemampuan menarik (memikat) perhatian. Menurut Kotler dan Keller (2012) Daya tanggap atau daya tanggap adalah kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan

dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menangani persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan

### 3. Jaminan (Assurances)

Jaminan atau assurances adalah suatu kepastian atau pengetahuan, dalam kemampuan usaha untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan pada usaha tersebut, yang terdiri dari komunikasi yang baik serta juga kompetensi dan sopan santun.

### 4. Empati (Emphaty)

Empati adalah ikut merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain . Menurut Zoll dan Enz (2012) empati dapat diartikan sebagai kemampuan dan kecenderungan seseorang (“pengamat”) untuk memahami apa yang orang lain (“target”) pikirkan dan rasakan pada situasi tertentu . Contoh empati yaitu mendengarkan dan memperhatikan dengan seksama ketika seseorang berbicara kepada kita. Karakteristik seseorang yang memiliki sikap empati ini dapat dilihat dari kepedulian yang tinggi dan simpati terhadap orang lain.

### 5. Bukti Fisik (Tangibles).

Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal . Anjar Tri Wahyuni (2016) bukti fisik merupakan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

### **2.1.3 Pengukuran Servqual**

Pengukuran servqual merupakan suatu kuesioner yang digunakan dalam mengukur suatu kualitas jasa dalam suatu informasi dari pelayanan yang diberikan oleh pengusaha tersebut. Bakhtiar,A.,Susanty,A.,&Massay,F.(2012) Pengukuran kualitas jasa dalam model Servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik). Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan ke dalam masing-masing atribut rinci untuk variabel harapan dan variabel persepsi, yang disusun dalam pernyataan-pernyataan berdasarkan skala Likert. Evaluasi kualitas jasa menggunakan model Servqual mencakup perhitungan kesenjangan di antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi.

## **2.2 Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM )**

UMKM memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan jenis usaha besar, termasuk karakteristik yang membedakan usaha mikro, usaha kecil,dan usaha menengah sendiri. Berdasarkan data BPS tahun 2006 diketahui bahwa dari segitenaga kerja, lebih dari sepertiga (sekitar 34,5 persen) UMKM dikelola olehtenaga kerja berusia di atas 45 tahun, dan hanya sekitar 5,2 persen pengusaha UMKM yang berumur di bawah 25 tahun. Dan tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil ini tidak menuntut pendidikan formal yang tinggi tetapi sebagian besar dari mereka hanya dituntut bekerja berdasarkan pengalamannya (learning by doing). UMKM ini adalah jenis usaha yang dilakukan

oleh perorangan dalam membuka suatu usaha yang ingin dijalankan oleh pengusaha salah satunya adalah seperti usaha toko frans di pasar lama lintong nihuta yang memproduksi barang dan jasa yang mempunyai karyawan beberapa orang. Usaha ini banyak diminati orang sebagai salah satu sumber pencaharian apalagi dimulai dengan modal yang minim. UMKM memiliki karakteristik menurut perkembangannya adalah :

1. Livelihood activities

UMKM yang didirikan sebagai tempat untuk mencari nafkah. Hal ini karena minimnya lapangan pekerjaan yang ada di suatu wilayah. Biasanya UMKM ini bergerak di bidang informal. Harus belajar mendirikan usaha dari nol karena belum punya pengalaman.

2. Micro enterprises

Karakteristik UMKM selanjutnya adalah menciptakan sesuatu seperti seorang pengrajin, tapi awalnya tidak bersifat kewirausahaan. Biasanya pelaku usaha akan mau mempelajari wirausaha agar bisa menjual produk dengan baik.

3. Small dynamic enterprises

Pelaku UMKM di tahapan ini sudah memiliki jiwa berwirausaha, biasanya bersedia menerima pesanan dalam bentuk sub kontrak dan berani melakukan ekspor ke negara lain. Target pasar tidak hanya ada di Indonesia.

4. Fast moving enterprises

Pelaku UMKM di sini biasanya sudah punya jiwa kewirausahaan yang bagus dan siap mengembangkan UMKM menjadi bisnis yang lebih besar.

### **2.2.1 Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

UMKM adalah sebuah usaha milik orang atau perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro dengan tujuan yang dapat dimanfaatkan dimana saja dan sebagai hal yang sangat penting. Menurut Rudjito ( 2003 ) Mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah operasi. UMKM adalah kegiatan usaha berwujud kecil yang mendorong pergerakan pembangunan dan perekonomian Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian nasional adalah;

Mencukupi kebutuhan keluarga

Menciptakan dan menyediakan lapangan pekerjaan

Mengurangi pengangguran

Membangun kemandirian ekonomi mikro

Mengurangi angka kemiskinan masyarakat

Membangun ekonomi daerah.

Peran Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai berikut dapat menjadi salah satu peluang bagi masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan mnetap, dengan adanya UMKM dapat menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat yang dapat membuat usahanya atau berwirausaha. Karena dalam berwirausaha kita dapat membuka suatu lapangan pekerjaan bagi orang orang yang tidak memiliki pekerjaan.

### **2.2.2 Hambatan dan Permasalahan Yang Dihadapi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).**

Dalam perkembangannya, UMKM tidak lepas dari berbagai hambatan dan permasalahan. Permasalahan utama secara global yang dihadapi oleh UMKM yaitu mengenai manajemen usaha sehingga hal ini berdampak pada daya saing UMKM. Manajemen yang diartikan sebagai suatu cara untuk mencapai sasaran bersama dan melalui orang lain, oleh pengusaha kecil umumnya kurang diterapkan. Adapun beberapa masalah UMKM yang berkaitan dalam hal ini diantaranya rendahnya kualitas produk (packaging), teknologi, inovasi produk, dan masalah manajemen itu sendiri. Manajemen usaha dalam UMKM ini terbagi menjadi beberapa aspek diantaranya Manajemen Keuangan, Manajemen Produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), dan Manajemen pemasaran. Dari beberapa masalah tersebut, yang selalu menjadi masalah klasik setiap tahunnya yaitu masalah mengenai keterbatasan modal, SDM, serta masalah mengenai manajemen pemasaran. Sedangkan masalah mengenai perizinan usaha dan berbagai kebijakan mengenai hukum termasuk dalam kategori masalah umum yang dihadapi UMKM.

Dalam hal pemasaran, UMKM pada umumnya tidak punya sumber-sumber daya untuk mencari, mengembangkan atau memperluas pasar-pasar mereka sendiri. Sebaliknya, mereka sangat tergantung pada mitra dagang mereka (misalnya pedagang keliling, pengeumpul, atau trading house) untuk memasarkan produk-produk mereka, atau tergantung pada konsumen yang datang langsung ke tempat-tempat produksi mereka walaupun persentasenya kecil, melalui keterkaitan produksi dengan usaha besar lewat sistem subcontracting.

### 2.2.3 Daya Saing

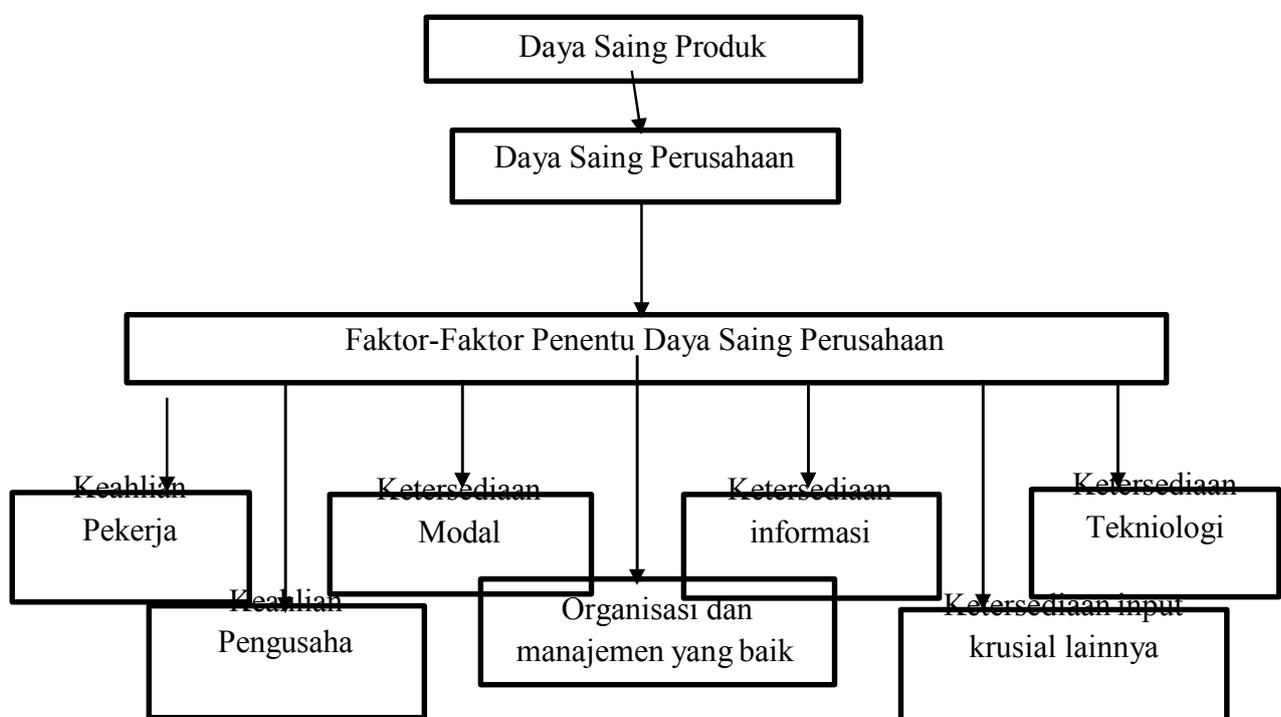
Daya saing adalah kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatn yan tinggi dan berkelanjutan. Menurut Porter (2008) mendefenisikan daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Namun demikian, daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus negara-negara. Selain dari pada itu, daya saing juga lebih banyak diartikan sebagai suatu potensi yang bersifat tunggal, sehingga dengan demikian tidak ada upaya pemahaman bagaimana kompleksitas faktor-faktor yang membentuk daya saing.. (Sitohang et al., 2017) Semua perusahaan pada pasar menghadapi dengan harga yang sama atas produk yang mereka jual. Dari satu produk relatif sangat kecil dibandingkan dengan produk pasar secara keseluruhan, maka berapapun produk yang dijual perusahhan tidak akan mempengaruhi harga pasar. Definisi keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan kompetitor terdekat. Dari pembahasan mengenai berbagai konsep dan definisi tentang daya saing suatu Negara atau daerah, maka dapat disimpulkan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu perekonomian karena mencakup aspek yang lebih luas dari produktivitas atau efisiensi yang terdapat pada level mikro.

Daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan dan memperluas akses pasar. Menurut Sari, Mandey, dalam Soegoto (Bismala Lila, 2018) bahwa “pada lingkungan bisnis saat ini, dengan semakin banyaknya pendatang baru dalam menguasai pasar, perusahaan harus mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya agar dapat terus bersaing melalui terobosan yang lebih baru” Hal ini akan bermuara kepada peningkatan omset penjualan dan profitabilitas perusahaan. Strategi yang harus dijalankan perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari dua komponen. Komponen pertama adalah strategi untuk memenuhi atau pengadaan lima prasyarat utama, yaitu pendidikan, modal, teknologi, informasi, dan input krusial lainnya. Sementara komponen kedua adalah strategi untuk menggunakan secara optimal kelima prasyarat tersebut menjadi suatu produk yang kompetitif.

Sehingga usaha itu mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Untuk mencapai hal ini usaha dapat memiliki dua tipe dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah atau diferensiasi dan fokus. Kekuatan atau kelemahan yang secara signifikan dimiliki oleh sebuah perusahaan pada akhirnya merupakan suatu fungsi dari dampak biaya relatif dan diferensiasi. Dalam dua dekade terakhir, seiring dengan semakin mengglobalnya perekonomian dunia dan persaingan bebas, daya saing telah menjadi satu dari konsep-konsep kunci bagi perusahaan-perusahaan, Negara-negara, dan wilayah-wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya di dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia seperti pada tingkat mikro konsep daya saing berarti keterampilan menambah posisi dan mempertahankan diri dalam mempertahankan

pasar antara perusahaan, pesaing satu sama lain dan dalam ekonomi makro diantara ekonomi nasional.

Daya saing sebuah perusahaan terdapat dari daya saing dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dalam gilirannya, daya saing dari usaha tersebut ditentukan oleh banyak faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting adalah: keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dan lain-lain. Wawasan pengusaha yang luas juga sangat penting bagi inovasi dan bukan lagi rahasia umum bahwa inovasi merupakan kunci daya saing.



Gambar 2.2 Daya Saing dan faktor faktor penentu daya saing  
Sumber: Menurut Riyanto (2001)

Faktor-faktor untuk mengimbangi daya saing pasar adalah sebagai berikut:

1. Ancaman pesaing baru, kuat/lemah
2. Ancaman produk atau jasa substitusi, kuat/lemah
3. Tingginya persaingan diantara produk yang ada, kuat/lemah
4. Kekuatan tawar menawar pemasok bahan baku dan produk, kuat/lemah
5. Kekuatan tawar menawar antar pembeli/pelanggan, kuat/lemah
6. Daya tarik dan kemampuan laba pasar target, kuat/lemah

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa suatu persaingan dalam dunia usaha antara pelaku usaha akan mendorong pelaku usaha untuk berkonsentrasi pada rangkaian proses atau kegiatan penciptaan produk atau jasa sesuai dengan kompetensi usahanya (core business). Dengan adanya konsentrasi pada core businessnya, pelaku usaha sebagai produsen akan dapat menghasilkan sejumlah produk atau jasa yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasaran dalam negeri maupun internasional.

Berkaitan dengan konsep daya saing tersebut, dapat diketahui bahwa dalam mempertahankan daya saing suatu perusahaan khususnya UMKM terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing diantaranya yaitu keunggulan produk (packaging), teknologi, inovasi produk dan manajemen usaha secara keseluruhan termasuk didalamnya manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran.

#### **2.2.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM**

Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah terdapat kekuatan yang dimiliki dalam usaha Pasar Lama di Lintongnihuta Humbang Hasundutan ini diantaranya adalah sebagai berikut. Bisnis UMKM mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja, Memiliki potensi untuk berkembang. Terlebih dengan adanya banyak dukungan (baik dari pemerintah, pelaku usaha lainnya, dan masyarakat), dan Menyediakan berbagai produk berkualitas dengan harga terjangkau pada masyarakat.

Badan Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha yang memiliki 1-4 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha mikro, 5-19 orang tenaga kerja sebagai usaha kecil, 20-99 orang tenaga kerja sebagai usaha menengah dan bila mencapai 100 orang tenaga kerja atau lebih digolongkan sebagai usaha besar (Wismiarso, 2008). Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

#### **2.2.5 Indikator Pengembangan Usaha**

Keberhasilan selalu diidentifikasi dengan perkembangan usaha. Sehingga dalam menjalankan usaha para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Karena dengan mengetahui sejauh mana langkah yang telah mereka tempuh agar mampu menganalisa strategi strategi atau kebijakan seperti apakah yang mereka harus ambil kedepan.

Perkembangan suatu usahadapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya perolehan laba, image industry, peningkatan output industry, peningkatan profesionalitas pegawai dan rasio finansial yang berkembang. Wirausaha dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu industri yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki

Menurut Anoraga (2007) adapun indikator - indikator pengembangan usaha adalah sebagai berikut :

- a) Kemampuan Modal ( finansial)
- b) Strategi pengembangan usaha (Pengembangan Bisnis)
- c) Potensi sumber daya manusia (Sumber Daya Manusia)
- d) Kemampuan Pengelolaan (Managemet Capabilities).

Menurut suryana ( 2003) adapun indikator keberhasilan dalam usaha UMKM adalah sebagai berikut:

- A. Modal
- B. Pendapatan
- C. Volume penjualan
- D. Output produksi
- E. Tenaga kerja

Sedangkan menurut Dwi Riyanti ( 2003) indikator pengembangan UMKM adalah pegembangan usaha UMKM yang cukup kriteria yang signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha yang dapat dilihat dari peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal dan jumlah produksi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa suatu usaha UMKM dapat dapat berkembang dengan baik adalah dengan mempunyai modal yang yang cukup dalam usaha UMKM yang dijalankan, karena modal sangat mempengaruhi berkembangnya suatu usaha UMKM. Selain dari pada modal yang mempengaruhi berkembangnya UMKM juga dengan kemampuan pengelolaan suatu usaha UMKM, dengan pengelolaan yang baik suatu UMKM yang dijalankan mampu meningkatkan perkembangan usaha UMKM.

### **2.3 Hal Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT Pengembangan UMKM**

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, And Threats*) adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk menentukan strategi.fungsinya adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan mengenai telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan. Dalam mencapai strategi yang baik untuk mewujudkan tujuan tujuan yang ingin dicapai dalam konteks organisasi, bisnis atau usaha. (BUDIMAN, 2017). Metode analisi SWOT atau analisi SWOT bertujuan untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dalam suatu perusahaan. Ada beberapa penjelasan dan panduan dari empat unsur adalah:

a. Strengths (Kekuatan )

Analisis atau analisa swot ini adalah akan menyoroti unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan yang memberikan perusahaan yang bisa memberikan pengaruh positif. Pihak perusahaan atau organisasi biasa bisa menganalisis apa saja

kelebihan perusahaan, keunggulan yang dimiliki perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain. Dalam analisis SWOT dari UMKM yang akan diteliti adalah yang mencakup pengelolaan sumber daya, penggunaan teknologi, dan yang menjadi pendukung dalam mengembangkan UMKM agar dapat diminati masyarakat. Dalam analisis SWOT biasanya dimasukkan sebanyak mungkin hal positif yang menonjolkan kekuatan dan keunggulan dari perusahaan.

b. Weakness (Kelemahan)

Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan. Hal ini dapat memberi pengaruh negative terhadap perusahaan. Untuk mengetahui apa saja yang dimiliki oleh perusahaan adalah dengan menempatkan posisi diri sebagai konsumen yang biasanya lebih tau apa yang kurang dari sebuah perusahaan. Dalam analisis UMKM yang akan diteliti terdapat beberapa kendala yang dihadapi atau yang menjadi salah satu penghambat (pencapaian target) dalam menjalankan usaha UMKM agar dapat berkembang dengan pesat.

c. Opportunity (Peluang)

Analisa peluang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena hal ini yang akan menentukan perkembangan perusahaan dikemudian hari, perkembangan tren apa saja yang ada dan perkembangan tren apa yang sejalan dengan perusahaan yang bisa membantu perusahaan lebih berkembang agar dapat dan mampu bertahan dan diterima di masyarakat. UMKM yang saat ini dijalankan dapat membantu masyarakat atau bertahan sampai saat ini. Usaha UMKM dapat berkembang dengan baik dengan kepuasan konsumen dalam pelayanan dan produk yang dijual yang tidak jauh dari harga pasar.

d. Threats ( Ancaman)

Analisis ancaman dapat mencakup hal hal yang mungkin dihadapi perusahaan yang mungkin dapat menghambat perkembangan perusahaan agar dapat sebuah usaha dapat bertahan atau tidak. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan misalnya sebagai berikut: jumlah pesaing yang ada dilingkungan sekitar, minat konsumen dalam berbelanja di toko UMKM saat ini. Dengan beberapa hal sebagai berikut dapat menjadi salah satu ancaman dalam usaha UMKM saat ini.

### **2.3.1 Tujuan Analisis SWOT**

Tujuan analisis SWOT adalah untuk menemukan sebuah aspek aspek krusial dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dialami oleh suatu perusahaan ataupun juga dengan dengan UMKM baik orang ataupun perorangan yang terkait dengan lembaga perusahaan. Menurut Freddy (2013) analisis SWOT adalah analisa yang berbasis pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats) Keempat aspek tersebut berguna untuk meningkatkan kekuatan, mengurangi kelemahan, membangun peluang lebih baik, serta menghindari ancaman yang mungkin terjadi di masa depan. Penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Menurut Usman Effendi (2014) analisis SWOT ialah peralatan yang bermanfaat

untuk menganalisis situasi perusahaan secara keseluruhan. Tujuan lain dilakukannya analisis SWOT adalah untuk setiap produk yang ditawarkan akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product) dalam sebuah usaha sehingga analisis SWOT dilakukan dalam perusahaan ataupun UMKM .

Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dalam sebuah perusahaan. Analisis ini ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melakukan analisis SWOT sebagai berikut :

1. Mempelajari lingkungan internal dan eksternal perusahaan
2. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi fungsi organisasi
3. Mendapatkan rincian terkait faktor kunci yang menentukan kontinuitas perusahaan
4. Melakukan penilaian jangka pendek maupun jangka panjang
5. Mengenali kekuatan kunci dari suatu organisasi
6. Membantu dalam memeriksa kemungkinan ancaman terhadap bisnis

### **2.3.2 Faktor Faktor Analisis SWOT**

Faktor faktor analisis SWOT merupakan suatu keadaan dimana sebuah usaha UMKM itu dijalankan yang mempengaruhi pengembangan UMKM baik perusahaan yang dijadikan sebagai salah satu rangkaian dalam sebuah usaha. Dalam suatu analisis SWOT terdapat dua faktor faktor yang mempengaruhi analisis SWOT yaitu:

### 1. Faktor Internal

Faktor internal dalam analisis SWOT adalah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang diperoleh dari bagian internal perusahaan atau bisnis. Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi analisis SWOT dari luar adalah keyakinan diri, keahlian, dan motivasi diri

### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam analisis SWOT adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang umumnya diperoleh dari pihak-pihak eksternal. Berikut faktor eksternal yang mempengaruhi analisis SWOT dari dalam adalah lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan toleransi risiko.

### **2.3.3 Penelitian Relevan**

Penelitian yang relevan adalah penelitian yang dilakukan dan dianggap cukup relevan atau berkaitan dengan judul masalah yang akan diteliti, yang berguna untuk menghindari pengulangan penelitian dengan pokok bahasan yang sama. Penelitian yang relevan dalam penelitian ini juga mengacu pada berbagai referensi yang terkait dengan penelitian yang akan dideskripsikan. Penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

1. Sudaryanto (2011) pengembangan UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia utamanya agar dapat bersaing dengan produk dan usaha asing yang kian membanjiri sentra usaha di Indonesia. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa

pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta area perluasan area pemasaran.

2. Longenecker (2001) UKM adalah usaha yang berpendapatan pertahun 100 juta sampai 500 juta dan tenaga kerja kurang dari 100 orang. Program UMKM menjadi salah satu tugas pokok dalam program kerja instansi terkait.
3. Goso dan bachri (2016) Pengembangan UMKM adalah usaha yang dapat memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu diperhatikan karena mengembangkan misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya dan mendukung ekspor nasional terhadap pertumbuhan ekonomi.

Dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan usaha ekonomi yang produktif yang berdiri sendiri atau milik orang atau perorangan dalam badan usaha yang dapat menumbuhkan perekonomian baik dalam memperoleh keuntungan dari toko tersebut, begitu juga dengan berdirinya UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan (pengangguran). Selain dari pada itu UMKM juga dapat berkembang dengan pelayanan yang baik terhadap konsumen, kualitas produk yang baik sehingga pelanggan yang datang ke toko tersebut tertarik untuk datang berbelanja ke toko tersebut.

### 2.3.4 Kerangka Berfikir

Kerangka Berpikir merupakan suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang dijadikan sebagai observasi dalam melakukan sebuah penelitian. Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah peran UMKM sangat penting dalam sebuah usaha yakni peran yang salah satunya adalah terciptanya lapangan pekerjaan yang dapat membantu memenuhi untuk mencapai kesejahteraan yaitu, pendapatan, perumahan, kesehatan dan pendidikan. Selain dari pada peran UMKM juga dapat dibagi menjadi tiga adalah sebagai berikut:

1. Membuka lapangan pekerjaan

Membuka lapangan pekerjaan adalah sebuah kesempatan kerja bagi para pencari kerja di suatu daerah atau wilayah yang dapat menciptakan kesempatan kerja untuk orang dapat yang dapat menjadi solusi untuk mengurangi tingkat reaksi serta memperbaiki kondisi ekonomi suatu negara.

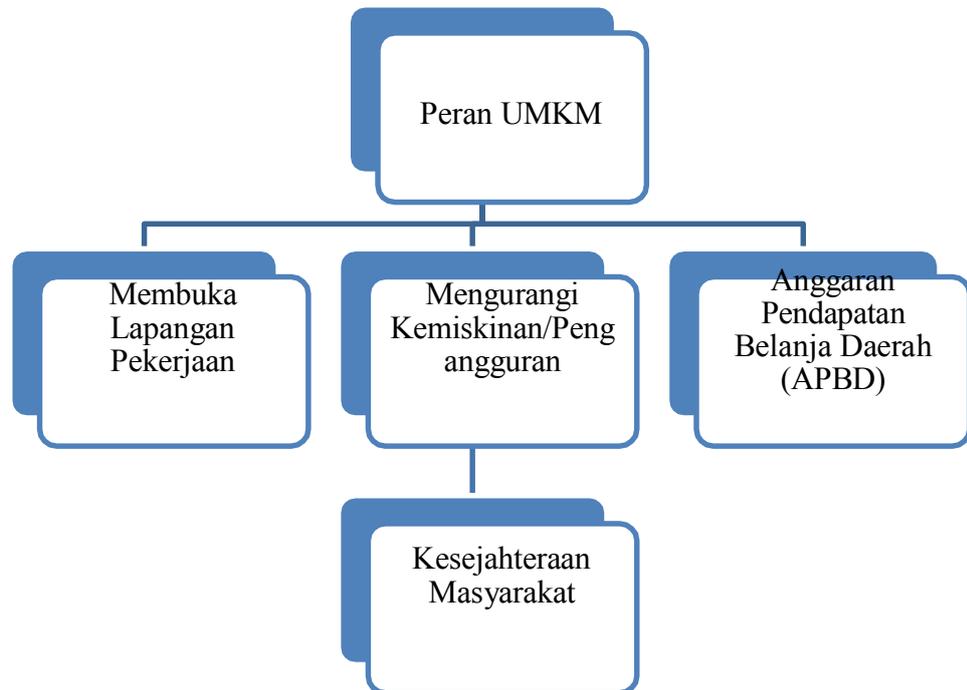
2. Mengurangi kemiskinan \ pengangguran

Pengangguran adalah salah satu masalah utama di banyak negara termasuk Indonesia, yang dapat berdampak pada stabilitas sosial hingga ekonomi. Dengan keadaan menganggur atau tidak melakukan apa-apa atau tidak bekerja .

3. Anggaran pendapatan belanja daerah (APBD)

Anggaran pendapatan belanja daerah (APBD) merupakan suatu rencana keuangan pemerintah daerah selama satu tahun yang ditetapkan oleh peraturan daerah .

Sehingga dalam rangkaian tersebut UMKM dapat berjalan dengan baik dan dapat berkembang. Sehingga dapat menjadi sebuah kesejahteraan masyarakat. Jika dalam sebuah kesejahteraan masyarakat maka terciptanya lapangan pekerjaan yang dapat membantu memenuhi empat indikator yang dapat dilihat untuk mencapai kesejahteraan yaitu, pendapatan, perumahan, kesehatan dan pendidikan. Ketertarikan saya dalam memilih di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan, Sumatera Utara sebagai subjek dari penelitian proposal saya karena terdapat beberapa fenomena yang sering terjadi baik dalam kurangnya permodalan dalam memulai usaha, kurangnya cara pengembangan suatu usaha dapat menjadi suatu hambatan dalam mengembangkan usaha UMKM supaya berjalan dengan baik. Usaha di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan dalam penggunaan alat teknologi untuk memasarkan usahanya kurang mampu, karena dalam zaman sekarang ini yang semua sudah menggunakan internet baik berdagang ataupun jual beli yang digunakan sudah serba instan.



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

#### 2.3.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atau anggapan dasar sementara atas masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dibentuk dari dua kata yaitu hypo dan thesis. Hypo berarti kurang dan thesis adalah pendapat. Kedua kata tersebut kemudian digunakan secara bersamaan menjadi hypotesis dan penyebutan dalam dialek Indonesia menjadi hipotesa yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas adapun penelitian yang hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah : Terdapat beberapa fenomena dalam pengembangan UMKM Toko Pasarlama Di Lintongnihuta Humbang Hasundutan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai peranan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Pasarlama Lintongnihuta Humbang Hasundutan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, sehingga hanya merupakan penyingkapan fakta. Yang hasilnya bukan berupa angka, melainkan kata atau kalimat yang dapat dipertanggungjawabkan untuk membutuhkan pengamatan secara ilmiah, dan perilaku yang dapat diamati serta bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, menelaah masalah penelitiannya (mulyana, 2007) penelitian kualitatif digunakan untuk melihat berbagai fenomena social. Hasilnya tidak berupa angka kualitatif, melainkan kumpulan kalimat, kata yang akan diuji kebenarannya. Sehingga diperlukan ketelitian dan akurasi yang tepat karena kualitatif membutuhkan pengamatan di lapangan.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Pasarlama Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah adanya subjek penelitian yaitu salah satu masyarakat Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatra Utara, yang menjadi salah satu grosir perbelanjaan dan juga salah satu toko yang menjual sembako lengkap di Pasarlama tersebut.

### **3.3 Waktu penelitian**

Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2023

### **3.4 Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek data diperoleh. Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan secara wawancara, observasi, dan alat lainya (Subagyo). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada responden yang dianggap mengetahui bagaimana komunikasi. Selain dengan wawancara, peneliti akan melakukan pengamatan langsung Dilapangan, hal ini dilakukan memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder yang dimaksud untuk mendukung data primer, karena diperlukan keterkaitan dengan teori teori yang relevan, dalam hal ini peneliti akan memanfaatkan buku buku, internet atau sumber data lain yang akan menunjang dari apa yang akan diteliti.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiono (2012) bahwa yang menjadi instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri panduan wawancara dengan semi

terstruktur dan dokumen pada saat penelitian untuk mengumpulkan data supaya pelaksanaan pengumpulan dapat berjalan dengan sistematis. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang berlangsung yang mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka yang dapat menggali informasi yang dilakukan secara lebih mendalam.

### 3.6 Kisi Kisi Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kisi kisi instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

No	Pengembangan UMKM	Strengths ( Kekuatan )	Weakness ( Kelemahan)	Opportuniy ( Peluang )	Threats ( Ancaman)
1	Pengembangan UMKM	Sumber daya apa yang dimiliki usaha UMKM yang sedang dijalankan ?	Apakah yang menjadi penghambat usaha UMKM dalam meraih target yang telah ditentukan supaya dapat berkembang ?	Peluang atau potensi apa yang dimiliki usaha UMKM saat ini?	Bagaimana minat konsumen dalam berbelanja di toko UMKM saat ini?
2	Pengembangan UMKM	Apa aset berwujud yang dimiliki usaha UMKM supaya bisa berkembang sampai saat ini ?	Apasajakah yang menjadi salah satu kendala yang dihadapi dalam pengembangan UMKM yang dijalankan saat ini?	Bagaimana persepsi konsumen terhadap usaha UMKM saat ini ?	Apakah ada tren pasar yang dapat menyebabkan kerugian pada bisnis UMKM saat ini?
3	Pengembangan UMKM	Teknologi apakah yang digunakan dalam UMKM ini agar dapat berkembang?	Apakah usaha UMKM yang anda memiliki sumber daya yang terbatas atau pengaruh apa yang menjadi penghambat dalam berkembangnya	Apakah usaha UMKM yang saat ini membantu masyarakat dan bertahan atau diterima masyarakat?	Ada berapakah jumlah pesaing yang ada saat ini di lingkungan pasar lama tentang UMKM ?

			usaha UMKM saat ini?		
4	Pengembangan UMKM	Apakah toko ini memiliki fasilitas yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha UMKM ?	Bagaimana dengan lokasi UMKM yang dijalankan saat ini mempengaruhi perkembangan UMKM?	Siapa sajakah yang terlibat dalam UMKM yang dijalankan saat ini agar dapat berkembang?	Bagaimana perubahan perilaku konsumen, kondisi ekonomi, atau regulasi pemerintah yang dapat mempengaruhi bisnis UMKM yang dijalankan saat ini agar dapat berkembang?

### 3.7 Variabel penelitian.

Variabel individu adalah kemampuan dan keterampilan dalam menyelesaikan sesuatu yang dapat mempengaruhi kinerja baik potensi dalam menyelesaikan suatu masalah sebagai hasil dari suatu masalah tersebut. Menurut Suwanto (1998) variabel individual meliputi kemampuan dan ketrampilan, latar belakang, dan faktor demografi. Kemampuan dan Ketrampilan digunakan secara bergantian. Dalam hal ini adalah sebagai sebuah variabel yang terdapat dalam masalah penelitiannya adalah Pengembangan UMKM di Pasarlama Lintongnihuta.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

(Student et al., 2021) Pengumpulan data dapat dilihat dari berbagai setting sebagai sumber, dan berbagai cara. metode penelitian dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi merupakan bagian dari instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidak suatu penelitian. Dengan hal ini diperlukan adanya teknik pengambilan data yang dapat digunakan

secara cepat dan tepat sesuai dengan masalah yang diselidiki dan tujuan penelitian, maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini antara lain.

a. Observasi

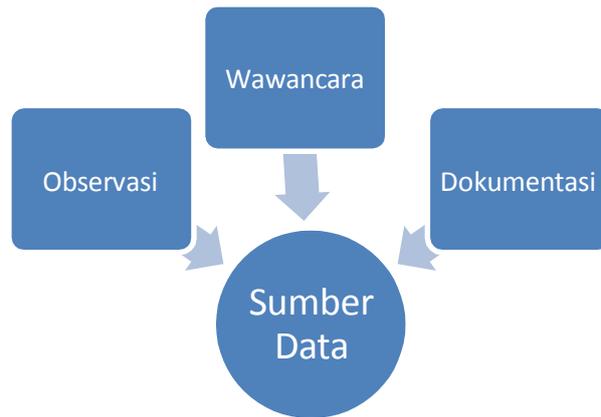
Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena social dengan gejala gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan Dalam observasi ini peneliti mengamati langsung dalam Usaha di Pasar Lama Lintongnihuta Humbang Hasundutan dalam penelitian ini pengamatan langsung melihat, mengamati usaha peran mikro kecil menengah (UMKM) tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatra Utara.

b. Wawancara

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan pertanyaan pada responden Dalam penelitian ini wawancara ini dilakukan dengan semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan Wawancara semi terstruktur merupakan panduan pewawancara yang dilakukan dalam upaya menemukan permasalahan dengan secara lebih terbuka, dimana antara pihak yang terkait saling diajak untuk meminta pendapat, ide-idenya secara mendalam menggali informasi yang melibatkan beberapa masyarakat di Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatra Utara.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data dokumentasi berbentuk photo dalam Toko di Pasarlama Lintongnihuta, Humbang Hasundutan, Sumatra Utara. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti ( burhan Bungin :2011).



*Gambara 3.1 Teknik Pengumpulan Data.*

### **3.8 Penentuan Informan**

Penentuan informan dalam penelitian ini adalah subjek dan objek yang menggunakan teknik sampling, pengambilan sampel dengan informan inilah akan berkembang sesuai dengan petunjuknya (Subagyo 1997) narasumber dipilih sesuai dengan latar belakang yang dianggap mengetahui tentang peran usaha mikro kecil menengah UMKM Kecamatan Lintongnihuta Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatra Utara dalam mensejahterahkan masyarakat. Pada penelitian ini akan berpedoman pada penelitian ini. Berikut informan penelitian ada toko UMKM sebanyak 3 toko usaha mikro, 3 toko usaha kecil, dan 3 toko usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Toko Usaha Mikro

Toko usaha mikro Nadia ( Rumah makan)

Toko usaha mikro Husada (Bisnis teknologi internet)

Toko usaha mikro Jaya (Bisnis pengolahan kerupuk)

## 2. Toko Usaha Kecil

Toko usaha kecil Prima ( Bisnis salon)

Toko usaha kecil rena FashionB (Usaha baju )

Toko usaha kecil Bunda Ida (Toko roti)

## 3. Toko Usaha Menengah.

Toko usaha menengah Frans ( Toko sembako atau grosir)

Toko usaha menengah Rimma ( Toko obat)

Toko usaha menengah Kevin ( Toko sembako atau grosir)

### **3.9 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah cara atau metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini Informan penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM dan masyarakat digambarkan deskripsi tentang kesejahteraan masyarakat melalui narasi yang menunjukkan permasalahan yang dibahas untuk mengolah dan memproses data menjadi sebuah hasil atau informasi yang valid dan juga mudah dipahami. Menurut (Lexy Moleong 1990) Analisis data kualitatif adalah upaya mengolah data dengan mengumpulkan data, Metode yang digunakan adalah deskriptif yaitu metode dalam mengolah data-data yang telah dikumpulkan dengan menganalisisnya sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan dengan analisa data kualitatif berupa reduksi data, penyajian data, dan menarik.

Data primer yang diperoleh di analisis dengan menggunakan metode miles dengan langkah sebagai berikut yang dimulai dari pencatatan hasil wawancara dilanjutkan dengan interpretasi kemudian kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dalam penelitian. Setelah kesimpulan wawancara dilanjutkan dengan validasi data dengan menggunakan triangulasi data untuk mendapatkan dokumentasi dan studi pustaka.