

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. UMKM**

###### **a. Pengertian UMKM**

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).<sup>1</sup> Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sd Rp 10 miliar.<sup>2</sup>

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi

---

<sup>1</sup> Akifa P. Nayla, —Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralabal, Laksana, Jogjakarta, 2014, hlm. 12.

<sup>2</sup> FadhilahRamadhani, Yaenal Arifin, *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*, dalam *Jurnal Economics Development Analisis Journal. Edaj 2 (2) (2013)*, hlm.136.

untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>3</sup> Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.<sup>4</sup>

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah merujuk pada Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab I Pasal 1 adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang per orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha

---

<sup>3</sup> Akifa P. Nayla, *Op.Cit*, hlm. 13.

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

- 4) Usaha besar adalah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Menurut UU No 20 Tahun 2008, mengenai klasifikasi usaha berdasarkan aset dan omset usaha mikro, kecil dan menengah yaitu:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut :
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan

paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).<sup>5</sup>

#### **b. Karakteristik UMKM**

Karakteristik umum yang dimiliki UMKM adalah sebagai berikut :

##### 1) Manajemen bisnis sendiri

Berbeda dengan waralaba, pemilik UMKM memiliki kebebasan untuk bertindak dan mengambil keputusan untuk kemajuan usahanya.

##### 2) Modal usaha terbatas

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Definisi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008> Diakses Pada 21 Oktober Pukul 20.00

Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha hanya berasal dari pemilik atau sekelompok kecil orang yang ikut menginvestasikan uangnya.

3) Karyawan kebanyakan dari penduduk local

Hal ini disebabkan karena dua hal. Pertama, pemilik UMKM ingin memberdayakan penduduk lokal agar bisa bekerja mandiri di daerah tersebut. Kedua, adanya keterbatasan biaya untuk menggaji karyawan yang berasal dari luar daerah.

4) Bersifat usaha keluarga

Pada mulanya usaha ini dijalankan dan dikembangkan oleh pemilik usaha bersama keluarganya. Setelah berkembang cukup besar, pemilik UMKM memperkerjakan penduduk sekitar dengan sistem seperti keluarga.

5) Posisi kunci dipegang oleh pemilik

Maju-mundurnya UMKM tergantung pemilik usaha. Dalam hal ini, sistem untuk menjalankan atau memajukan usaha tidak diajarkan kepada karyawan ataupun orang yang menjadi kepercayaan.

6) Modal usaha berasal dari keluarga sendiri

Kebanyakan UMKM tidak mengandalkan modal dari pihak luar, seperti investor dan bank. Modal dari pihak luar hanya

diperlukan ketika pemilik UMKM ingin mengembangkan usaha tersebut ke luar daerah.

7) Menuntut motivasi tinggi

Untuk memajukan UMKM, pemilik dituntut untuk memiliki motivasi yang tinggi, seperti motivasi untuk melakukan promosi secara besar-besaran, membuat situs bisnis, membuat strategi marketing online serta offline, dan lain sebagainya.

8) Menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksi

Teknologi sederhana yang dimaksud disini adalah alat- alat tradisional dan belum canggih yang digunakan dalam proses produksi.<sup>6</sup>

## **2. Problematika UMKM**

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi. Gerak sektor UKM amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan mereka juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Karena itu UKM

---

<sup>6</sup> Akifa P. Nayla, Kamplet Akantansi untuk L/KM dan Waralaha, (Yogyakarta: Laksana, 2014), hlm. 17.

merupakan aspek penting dalam pembangunan ekonomi yang kompetitif.<sup>7</sup>

Menurut Muhammad Ghofur dalam penelitiannya, permasalahan yang sering timbul dalam pengembangan usaha ini berhubungan dengan karakteristik UMKM, antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), rendahnya produktivitas pada tenaga kerja, kualitas barang yang dihasilkan relative rendah, lemahnya struktur permodalan kurang inovasi dan adopsi teknologi-teknologi baru, serta kurang akses pemasaran ke pasar yang potensial.<sup>8</sup>

Menurut Parlaguan dalam bukunya yang berjudul Manajemen UMKM dan Sumber Daya Manusia menjelaskan, para pelaku UMKM mengalami beberapa permasalahan lain, yaitu kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku, keterbatasan akses informasi mengenai pasar, kurangnya keahlian atau kualitas SDM yang tidak memadai, kemampuan teknologi, biaya tinggi untuk administrasi, dan birokrasi yang kompleks dalam pengurusan izin usaha.<sup>36</sup> Kemudian, Permasalahan perusahaan

---

<sup>7</sup> Hapsari, Ira Maya. "Identifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UKM dan peninjauan kembali regulasi UKM sebagai langkah awal revitalisasi UKM." *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 5.2 (2014).

<sup>8</sup> Muhammad Ghofur Wibowo, UMKM dalam Pusaran Globalisasi Ekonomi (Kajian Kritis Pasca Pemberlakuan ACFTA), Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2010, hlm.34

mikro terletak pada kemampuan penggunaan, pembinaan, dan perlindungan sumber daya manusia.<sup>9</sup>

Disisi lain berbagai tantangan dan kendala dalam pengembangan usaha kecil menengah sebagaimana dikemukakan oleh Thoha dalam bukunya "*Indonesia Menapak Abad 21*" antara lain :

- a. Belum adanya formulasi atau model atau pendekatan yang jitu tentang keberpihakan pemerintah pada ekonomi rakyat, terutama usaha kecil.
- b. Program pemberdayaan tidak atau kurang dibarengi dengan tenaga pendamping yang profesional.
- c. Program-program pemberdayaan lebih banyak berorientasi proyek, bukan pada hasil atau kinerja.
- d. Jumlah dan kualitas SDM pembina kurang memadai dibandingkan dengan lingkup pekerjaan atau tugas dan permasalahan ekonomi rakyat yang menjadi binaannya.
- e. Program-program pemberdayaan lebih banyak bersifat politis, populis dan charitas, bukan model yang sungguh-sungguh dan solid berdasarkan hasil penelitian yang panjang dan teruji.

---

<sup>9</sup> Parlaguan Silitonga, *Manajemen UMKM Dan Sumber Daya Manusia* , Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017, hlm.139

- f. Dana, sarana dan prasarana pendukung operasional terutama bagi petugas lapangan seringkali sangat tidak memadai.
- g. Kurang terkoordinasinya pelaksanaan program-program pemberdayaan daerah.
- h. Masih lemahnya lembaga-lembaga ekonomi dan keuangan pendukung usaha kecil seperti modal ventura, inkubator bisnis, leasing, dan institusi kemitraan usaha lainnya.
- i. Terbatasnya lahan pada lokasi-lokasi strategis untuk menjalankan kegiatan usaha.<sup>10</sup>

Selain itu, ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, diantaranya :

a. Minimnya pengetahuan *management bisnis*

Dalam kebanyakan usaha kecil, menengah ke atas, kurangnya pengalaman manajemen atau lemahnya kemampuan pengambilan keputusan merupakan masalah utama dari kegagalan usaha. Mereka seperti bingung perihal mengenai konsep bisnis mereka, kurang mempunyai jiwa kepemimpinan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membuat bisnisnya berjalan dan berkembang, karena hanya berbasic produksi saja yang mereka miliki.

b. Lemahnya Pencatatan Keuangan

---

<sup>10</sup>Thoha, Mahmud. "Indonesia Menapak Abad 21: Kajian Ekonomi Politik." (2000) hlm. 166-167

Pengetahuan tentang pembukuan dalam usaha yang sangat minim menjadikan mereka tidak mempunyai data keuangan yang sebenarnya menjadi sangat vital bagi para pengusaha. Yang akhirnya mereka masih seadanya dan mencampur semua transaksional yang terjadi.

c. Gagal mengembangkan perencanaan strategis

Pelaku UMKM akan mengalami kegagalan dalam mengembangkan usaha dikarenakan mereka tidak memiliki perencanaan strategis dan jelas. Maka usaha yang dijalankan tidak akan bertahan lama di dunia pasar bahkan bersaing.

d. Minimnya modal yang di miliki

Minimnya modal yang dimiliki masih menjadi masalah utama untuk sebagian besar para pelaku UMKM di Kota Semarang, dengan minimnya modal yang ada mereka tidak bisa memenuhi permintaan pasar yang ada, dan yang terjadi akhirnya konsumen mencari perusahaan yang sudah matang secara finansial.

e. Pengendalian persediaan yang tidak baik

Pelaku usaha harus memperhatikan adanya persediaan bahan baku yang hendak dijual. Hal ini bertujuan agar usaha yang dijalankan tidak mengalami kekosongan stok atau persediaan, yang mengakibatkan pelanggan kecewa.

f. Tidak meleknnya Teknologi Digital ( Digital Marketing)

Masalah yang sering dialami dari para pelaku UMKM di Kota Semarang adalah kurangnya pengetahuan mengenai *Digital Marketing*, ketika mereka bisa menciptakan produk yang berkualitas namun mereka tidak mampu menemukan dimana mereka menjualnya atau siapa yang akan membeli produk mereka. Hal tersebut menjadikan tidak berjalannya roda bisnis yang sedang mereka bangun.

Dari beberapa permasalahan UMKM yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa, kondisi UMKM Indonesia saat ini secara garis besar masih menghadapi beberapa tantangan diantaranya :

1. *Access to competence*, yaitu pada kapabilitas. Pelaku UMKM masih memerlukan bimbingan terkait sumber daya manusia seperti standar pengembangan produk, kualitas produk, pemanfaatan teknologi dan manajemen lainnya guna menjalankan usahanya.
2. *Access to commerce*, yaitu ekspansi pasar. Kondisi dimana pelaku UMKM masih terbatas dalam memasarkan produknya, maka UMKM perlu fasilitas dan peran serta untuk mengikuti expo dalam memperkenalkan produknya secara offline. Pelaku UMKM perlu bimbingan untuk memasarkan produknya secara online melalui platform yang ada.

3. *Access to capital*, yaitu dimana UMKM mengalami kendala dalam hal permodalan, maka UMKM masih membutuhkan dukungan dalam akses permodalan usaha.<sup>11</sup>

### **3. Pembinaan UMKM**

#### **a. Pengertian Pembinaan UMKM**

Pembinaan adalah upaya pendidikan formal maupun non formal yang dilakukan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar-dasar kepribadiannya seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bakat, kecenderungan/keinginan serta kemampuan-kemampuannya sebagai bekal, untuk selanjutnya atas perkasa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesamanya maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.<sup>12</sup> Dalam hal ini, pembinaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, kinerja atau kapasitas seorang wirausaha atau pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya.

Mengutip dari Anggih Wahid, dari Badan Pembinaan Hukum Nasional pengertian pembinaan secara umum ialah suatu

---

<sup>11</sup> Electronic Book (E-book) Rumah Kreatif BUMN 2019 hlm. 3

<sup>12</sup> Simanjuntak, B., I. L. Pasaribu, *Membina dan Mengembangkan Generasi Muda*, (Bandung: Tarsito, 1990), hlm. 84.

proses penggunaan manusia, alat peralatan, uang, waktu, metode, dan system yang berdasarkan prinsip tertentu untuk usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan daya guna dan hasil sebesar-besarnya.<sup>13</sup>

Menurut Raden dalam penelitiannya, pembinaan memiliki arti pembaharuan atau usaha, tindakan atau kegiatan yang dilaksanakan secara berdaya guna dan berhasil guna untuk memperoleh hasil yang lebih baik.<sup>14</sup>

Pembinaan sendiri menurut pemerintah selalu diartikan bersamaan dengan pengembangan. Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil menyatakan :

" Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah."

Adapun pembinaan dan pengembangan UK dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendirisendiri

---

<sup>13</sup> Angga Wahid, *Pembinaan UMKM Kota Surakarta Oleh Dinas Koperasi dan UKM Surakarta* hlm 12.

<sup>14</sup> Raden, et.al Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan, *Jurnal Media Riset Bisnis & Manajemen*, Vol. 13, No. 1, April 2013 STIE dan STIH Persada Bunda Pekanbaru hlm. 8

maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan UK yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi UM. Pembinaan dan pengembangan UK dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:<sup>15</sup>

1. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh UK.
2. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh UK.
3. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
4. Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi UK.

Pembinaan UMKM berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 adalah kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah menjadi tangguh dan mandiri.<sup>16</sup>

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 tentang pembinaan dan pengembangan memiliki pengertian yaitu suatu upaya yang dilakukan oleh

---

<sup>15</sup> Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, Jakarta : Lembaga Negara

<sup>16</sup> Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm. 23.

pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui kegiatan bimbingan dan bantuan. Kegiatan upaya ini bertujuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan bagi para pelaku usaha kecil agar menjadi usaha menengah.<sup>17</sup>

Menurut Raden dalam penelitiannya, sasaran dari pembinaan usaha kecil adalah untuk mengembangkan usaha kecil menjadi usaha besar. Ada dua aspek pembinaan usaha kecil :

- 1) Sumber daya manusia dapat ditingkatkan dengan usaha sendiri atau dari dorongan pihak luar.
- 2) Pengelolaan dalam arti praktek bisnis yang terdiri dari beberapa hal yang antara lain: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengawasan.<sup>18</sup>

Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan UK meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi.<sup>19</sup>

1. Pembinaan dan pengembangan UK di bidang produksi dan pengolahan, dilaksanakan dengan:
  - a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.

---

<sup>17</sup> Undang-Undang Republik Indonesia, No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, Jakarta: Lembaran Negara

<sup>18</sup> Raden, et.al Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan, Jurnal Media Riset Bisnis & Manajemen, Vol. 13, No. 1, April 2013 STIE dan STIH Persada Bunda Pekanbaru, hlm. 4

<sup>19</sup> Liana, L. (2008). Pembinaan dan pengembangan usaha kecil sebagai sarana memperkokoh struktur perekonomian nasional. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(2), 242-49.

- b. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan rekayasa.
  - c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.
  - d. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.
2. Pembinaan dan pengembangan UK di bidang pemasaran, dilaksanakan dengan:
- a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.
  - b. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
  - c. Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar.
  - d. Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi.
  - e. Memasarkan produk UK.
  - f. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran.
  - g. Menyediakan rumah dagang dan promosi UK.
  - h. Memberikan peluang pasar.
3. Pembinaan dan pengembangan UK di bidang sumber daya manusia, dilaksanakan dengan:

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
  - b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
  - c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultasi UK.
  - d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan UK.
  - e. Menyediakan modul manajemen UK.
  - f. Menyediakan tempat magang, studi banding, dan konsultan untuk UK.
4. Pembinaan dan pengembangan UK di bidang teknologi, dilaksanakan dengan:
- a. Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu.
  - b. Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru.
  - c. Memberikan insentif kepada UK yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup.
  - d. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi.
  - e. Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standarisasi teknologi.
  - f. Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi UK.

- g. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang teknologi.
- h. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak atas kekayaan intelektual.

### **b. Tujuan Pembinaan**

Titik Sartika dan Rachman Soejoedono menuliskan dalam buku mereka bahwa tujuan dan sasaran pembinaan UMKM adalah untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif UMKM dalam proses pembangunan nasional, khususnya dalam kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan dan peningkatan pendapatan. Selain itu, pembinaan juga bertujuan meningkatkan daya saing nasional di pasar dunia pada era globalisasi ini dan menyeimbangkan persebaran investasi antar sector dan antar golongan. Oleh karena itu, ukuran ketercapaian tujuan pembinaan yang telah dilakukan dapat dilihat dari seberapa jauh UMKM binaan dapat berkembang dalam manajemen permodalan, pemasaran, dan juga produktivitasnya.<sup>20</sup>

Tujuan diadakannya pembinaan agar para peserta mendapatkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang didapatkan

---

<sup>20</sup> Handayani, R. A. K. (2014). Pembinaan Dinas Koperasi dan UMKM kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Industri Alas Kaki di Kabupaten Magetan.

digunakan untuk mengembangkan usaha para peserta atau pelaku UMKM. Sebagaimana Firman Allah SWT. dalam Q.S Al-Mujadilah ayat 11 yang berbunyi:<sup>21</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَا نَشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

خَيْرٌ

Artinya: “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapanglapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Adapun tujuan umum dari pembinaan yaitu:

- 1) Sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan sehingga pekerja dapat menyelesaikan tugasnya lebih cepat dan efisien.

- 2) Sebagai sarana pengembangan wawasan sehingga pekerja dapat menyelesaikan tugasnya secara rasional.
- 3) Sebagai sarana pengembangan sikap sehingga mampu bekerjasama antar pegawai dan manajemen.<sup>22</sup>

#### 4. Pelatihan

Kata pelatihan merupakan kata yang mendapat awalan pe- dan akhiran -an yang dalam Bahasa Indonesia berarti proses, cara, perbuatan melatih, kegiatan atau pekerjaan melatih.<sup>23</sup> Adapun istilah pelatihan memiliki beberapa persamaan yang dalam Bahasa Inggris disebut *training*. Berikut pengertian *training* menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Bernardin dan Russell, *Training is defined as any attempt to improve employed performance on a currently held job or one related to it. This usually means changes in spesific knowledges, skills, attitudes, or behaviors. To be effective, training should involve a learning experience, be a planned organizational activity, and be designed in response to identified needs.*<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Junita Wahyulia Azizah, ” Peran Pembinaan Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sumbawa”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022.

<sup>23</sup> Bernardin And Russell, 1998, *Human Resource Management*, Second Edition, (Singapore: McGraw-Hill Book Co, 1998), hlm. 172

<sup>24</sup> Raymond Noe, John Hollenbeck, Barry Gerhart, Patrick Wright, *Human Resource Management*, International Edition, (The McGraw-hill Companies : Inc. New York, 2003), hlm. 251

Ini berarti bahwa pelatihan didefinisikan sebagai berbagai usaha pengenalan untuk mengembangkan kinerja tenaga kerja pada pekerjaan yang dipikunya atau juga sesuatu berkaitan dengan pekerjaannya. Hal ini biasanya berarti melakukan perubahan perilaku, sikap, keahlian, dan pengetahuan yang khusus atau spesifik. Cara agar pelatihan menjadi efektif maka di dalam pelatihan harus mencakup suatu pembelajaran atas pengalaman-pengalaman, pelatihan harus menjadi kegiatan keorganisasian yang direncanakan dan dirancang di dalam menanggapi kebutuhan-kebutuhan yang teridentifikasi.

Pelatihan bersifat spesifik, praktis dan segera. Spesifik berarti kegiatan pelatihan berkaitan suatu bidang yang dikerjakan oleh peserta. Umumnya pelatihan bertujuan untuk mengasah berbagai keterampilan peserta dalam waktu yang relatif singkat. Program pelatihan dirancang sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan. Agar isi program pelatihan berjalan secara efektif, maka prinsip-prinsip pembelajaran dalam kegiatan pelatihan harus diperhatikan. Prinsip-prinsip kegiatan pelatihan ini meliputi prinsip partisipatif peserta, relevan, repetitif (pengulangan), pemindahan, dan memberikan umpan balik atau feedback mengenai kemajuan peserta pelatihan. Semakin terpenuhinya prinsip tersebut, semakin efektif kegiatan suatu pelatihan.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Burhanudin, Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Rajagrafido Persada, 2015 hlm.141

Pelatihan dapat disebut juga dengan mentoring. Mentoring adalah suatu kemitraan antara mentor (yang memberi bimbingan) dengan mentee (yang menerima bimbingan) yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri mentee. Kemitraan itu bisa meliputi pembelajaran, eksperimentasi, maupun pengembangan keahlian dari mentee. Hasil kegiatan mentoring dapat diukur keberhasilannya berdasarkan dari keterampilan, wawasan, sikap, maupun kompetensi yang diperoleh mentee.<sup>26</sup>

Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kinerja dan perilaku individu, kelompok maupun organisasi yang telah dibangun. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan harus dirancang dan dibentuk sedemikian rupa, agar memberikan dampak yang positif dan bermanfaat bagi peserta pelatihan. Tujuan dari kegiatan pelatihan agar peserta pelatihan baik secara kelompok atau organisasi maupun perseorangan dapat menguasai pengetahuan, keterampilan dan perilaku yang diberikan saat proses pelatihan berlangsung, sehingga hal tersebut diterapkan dalam jangka waktu yang panjang maupun jangka waktu yang pendek.<sup>27</sup>

Metode-metode pelatihan yang dapat diterapkan sesuai

kebutuhan, diantaranya yaitu :

a. *On The Job Training* (OJT)

---

<sup>26</sup> Kaswan, *Coaching dan Mentoring Untuk Mengembangkan SDM dan Peningkatan Kerja Organisasi*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 1

<sup>27</sup> Santoso Budi, *Skema dan Mekanisme Pelatihan*, Jakarta: Terumbu Karang Indonesia, hlm. 2

Prosedur metode ini adalah informal, sederhana, mudah dan praktis. Metode OJT sangat tepat digunakan untuk mengajarkan pengetahuan keterampilan yang dapat dipelajari dalam waktu tertentu, sedangkan manfaat metode ini adalah peserta belajar dengan perlengkapan yang nyata dalam lingkungan pekerjaan, serta sarana yang jelas. Keunggulan dari metode ini adalah transfer pengetahuan atau keterampilan itu bisa dengan tempo cepat dan tempo tinggi.

b. *Job Instruction Training (JIT)*

Metode yang dirancang untuk memberikan bimbingan, latihan keterampilan On The Job kepada berbagai lapisan pegawai. Artinya, JIT adalah suatu teknik bukan program, yang dapat disesuaikan dengan usaha latihan bagi semua pegawai dalam semua program off the job atau on the job.

c. *Pengajaran di Ruang Kelas*

Pengajaran di ruang kelas yaitu pengajaran yang diberikan biasanya dalam bentuk ceramah di dalam ruangan. Pengajaran di ruang kelas ini banyak memakan waktu yang lama. Pelatihan dengan metode ini, biasa digunakan untuk kursus-kursus tentang corak peranti lunak, khusus peragaan dan pemecahan masalah menggunakan corak berbagai aplikasi.

d. *Metode Simulasi*

Pengertian dari simulasi yaitu suatu kegiatan penentuan karakteristik dari dunia nyata sehingga peserta pelatihan dapat merealisasikan dan merasakan seperti keadaan sesungguhnya.

Metode simulasi ini mencakup beberapa hal:

- 1) Simulator alat-alat, misalnya simulasi alat suntik bagi pendidikan kedokteran.
- 2) Studi kasus, dimana peserta pelatihan diberi suatu kasus, kemudian dipelajari dan didiskusikan oleh peserta pelatihan.
- 3) Permainan peran. Dalam metode ini peserta diminta untuk memainkan peran, bagian-bagian dari berbagai karakter dalam kasus. Para peserta pelatihan dalam metode ini, harus membayangkan dirinya dalam tindakan tertentu saat bermain peran yang diberikan oleh pelatih. Contoh, sikap dan peran lurah dalam rapat dengan masyarakat.
- 4) Teknik dalam keranjang. Metode ini dilakukan dengan memberi bermacam-macam persoalan kepada peserta pelatihan yang harus diselesaikan.<sup>28</sup>

## **5. Modal Usaha**

### **1. Pengertian Modal**

Dalam menjalankan sebuah usaha, faktor penting mewujudkan usaha yang ingin dijalankan yaitu modal. Jika diibaratkan seperti bangunan, modal adalah pondasinya. Besar kecilnya modal yang

---

<sup>28</sup> Ibid...hlm. 193

dikeluarkan bersifat relative tergantung dari besar kecilnya usaha yang hendak didirikan. Maka, semakin besar modal yang dibangun, maka semakin besar pula usaha yang didirikan.

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.<sup>29</sup>

Besarnya suatu modal tergantung pada jenis usaha yang dijalankan, pada umumnya masyarakat mengenal jenis usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar dan dimasing-masing jenis usaha ini memerlukan modal dalam batas tertentu. Jadi, jenis usaha menentukan besarnya modal yang diperlukan. Selain jenis usahanya, besarnya jumlah modal dipengaruhi oleh jangka waktu usaha perusahaan menghasilkan produk yang diinginkan. Usaha yang memerlukan jangka waktu panjang relative memerlukan modal yang besar.

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan.<sup>3</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa modal usaha merupakan bagian penting dalam

---

<sup>29</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 17.

perusahaan yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan usaha.<sup>30</sup>

## 2. Sumber- sumber Modal

Modal menurut sumber asalnya dapat diuraikan sebagai berikut

:

### a. Modal sendiri

Modal sendiri merupakan modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup dan terbuka.<sup>31</sup>

### b. Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Sumber dari dana modal asing dapat diperoleh dari :<sup>32</sup>

- 1) Pinjaman dari dunia perbankan, baik perbankan pemerintah, swasta maupun perbankan asing.

---

<sup>30</sup> Pradono Tri Pamungkas, *Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Unggaran)* diakses pada <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/231/227>, pada 9 Februari 2023, pukul 19.00 WIB.

<sup>31</sup> Kasmir, *kewirausahaan* (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 95.

<sup>32</sup> Ibid...hlm. 97

- 2) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan leasing, modal ventura, dana pensiun, dan lain sebagainya.
- 3) Pinjaman dari perusahaan non keuangan.

Menurut Endang Purwanti secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi tiga bagian yaitu:<sup>33</sup>

a. Modal Investasi

Modal investasi merupakan jenis modal usaha yang harus dikeluarkan dan dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka waktu lama atau panjang. Namun, modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bisa bulan ke bulan.

b. Modal Kerja

Modal kerja merupakan modal usaha yang diharuskan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan setiap bulan atau pada waktu –waktu tertentu.

c. Modal Operasional

Modal operasional merupakan modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya.

---

<sup>33</sup> Endang Purwanti, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga*, Jakarta, *urnal Among Makarti*, Vol. 5, 2012, hlm.7

## 6. Pemasaran ( Digital Marketing)

*Digital Marketing* atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*), keduanya menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik. Sehingga dalam *digital marketing* pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk saluran online yang tertuju secara langsung ke pasar konsumen dalam bentuk *website, e-mail, database, digital TV* dan melalui berbagai jaringan lainnya termasuk di dalamnya *blog, feed, podcast*, dan jejaring sosial memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.<sup>34</sup>

Digital Marketing adalah promosi produk atau merek melalui satu atau lebih bentuk media elektronik. Digital Marketing sering disebut juga online marketing, internet marketing, atau wab marketing, meskipun dibuat dengan computer dan bentuknya elektronik, promosi melalui radio televisi dan cetak digital dalam bentuk billboard spanduk tidak termasuk digital marketing karena tidak menawarkan umpan balik dan laporan secara instan. Promosi iklan digital, dapat dilakukan melalui internet dan perangkat bergerak (mobile device) seperti hp dan tablet dalam bentuk hlaaman web, pengiriman email, video streaming, dan komunikasi

---

<sup>34</sup> Dave Chaffey. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. (England: Pearson Education Limited, 2015), hlm. 18.

melalui media sosial dengan aplikasi facebook, Twitter, Instagram, line dan lain-lain.<sup>35</sup>

Definisi *digital marketing* menurut *American Marketing Association (AMA)* adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya. *Digital marketing* didefinisikan juga sebagai kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet. Internet adalah alat yang cukup berpengaruh dalam bisnis. *Digital marketing* memudahkan wirausaha memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* juga dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Rusmanto Maryanto, Pengantar Digital marketing: modul praktikum manajemen pemasaran berbasis IT, (Jakarta: Self-publishing 2017), hlm. 3.

<sup>36</sup> Masyarakat Madani (JPMM) Vol. 1 No. 1 Juli” *Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*, 2017, hlm. 2.

Penggunaan media digital dalam pemasaran dan penjualan online tentu akan meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan usaha yang akan berdampak terhadap pengembangan usaha kecil dan menengah tersebut. Dalam era ekonomi global saat ini, UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya. Salah satu faktor penting yang akan menentukan daya saing UMKM adalah Teknologi Informasi (TI). Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar.<sup>37</sup>

Strategi *digital marketing* dengan menggunakan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.<sup>38</sup>

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan untuk menjadi pijakan dalam melakukan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun

---

<sup>37</sup> Aditya Wardhana, "Prosiding Seminar Nasional ISBN : 978-602-17225-4-1, Forum Keuangan dan Bisnis IV", *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia*, 2015, hlm. 331.

<sup>38</sup> Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), hlm. 61-76.

penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

<b>Tahun</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
2016	Rillia Aisyah Haris, Irma Irawati Puspaningrum. <sup>39</sup>	Strategi Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sumenep.	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif,	- Sumber dan penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep - Fokus penelitian ini yaitu pada strategi pembinaan UMKM di Kabupaten Sumenep sedangkan fokus

<sup>39</sup> Haris, Rillia Aisyah, and Irma Irawati Puspaningrum. "Strategi Pembinaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sumenep." *Public Corner* 11.1 (2016).

				<p>penelitian</p> <p>penulis yaitu</p> <p>pada peran</p> <p>pembinaan</p> <p>UMKM bagi</p> <p>perkembangan</p> <p>UMKM di</p> <p>Rumah BUMN</p> <p>Bank BRI</p> <p>Cabang</p> <p>Tasikmalaya.</p>
2017	<p>Ni Nyoman</p> <p>Sunariani,</p> <p>AAN. Oka</p> <p>Suryadinatha,</p> <p>Ida IDM Rai</p> <p>Mahaputra.<sup>40</sup></p>	<p>Pemberdayaan</p> <p>Usaha Mikro</p> <p>Kecil dan</p> <p>Menengah</p> <p>(UMKM)</p> <p>Melalui</p> <p>Program</p> <p>Binaan Di</p> <p>Provinsi Bali.</p>	<p>Meggunakan</p> <p>metode</p> <p>penelitian yang</p> <p>sama yaitu</p> <p>kualitatif.</p>	<p>Penelitian ini</p> <p>berfokus pada</p> <p>pemberdayaan</p> <p>UMKM dalam</p> <p>meningkatkan</p> <p>daya saing</p> <p>produk UMKM.</p> <p>Penelitian ini</p> <p>dilakukan di</p> <p>Provinsi Bali.</p>

---

<sup>40</sup> Sunariani, N. N., Gorda, A. O. S., & Mahaputra, I. I. R. (2017). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) melalui program binaan di provinsi Bali. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 2(1), hlm. 221-236.

2018	Aina Florita, Jumiati, Adil Mubarak. <sup>41</sup>	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang.	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang.
2020	Iwan Henri Kusnadi, Luki Natika, Dyera Octa Alsonia. <sup>42</sup>	Implementasi Kebijakan Pembinaan UMKM di Kabupaten Subang.	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif dan menggunakan Teknik pengumpulan yang sama yaitu observasi, wawancara,	- Sumber data pada penelitian ini yaitu di Dinas Koperasi Kabupaten Subang - Penelitian ini tidak hanya berfokus pada pembinaan saja tetapi pada implementasi

<sup>41</sup> Florita, A., Jumiati, J., & Mubarak, A. (2019). pembinaan usaha mikro, kecil, dan menengah oleh Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, hlm. 143-153.

<sup>42</sup> Kusnadi, I. H., Natika, L., & Alsonia, D. O. (2020). Implementasi Kebijakan Pembinaan UMKM di Kabupaten Subang. *The World of Business Administration Journal*.

			dan dokumentasi.	dalam kebijakan pembinaan UMKM pada Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian dengan teori Merilee S. Grindel.
2020	Khairani Dewi, Zaili Rusli, dan Meyzi Heriyanto. <sup>43</sup>	Pelaksanaan Program Pembinaan Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara	- Tempat penelitian ini yaitu di Dinas Koperasi UMKM Pekanbaru - Sumber data pada penelitian ini dari Pegawai Dinas Koperasi

<sup>43</sup> Khairani Dewi, Z. R., & Heriyanto, M. (2020). Pelaksanaan Program Pembinaan Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 18(2), hlm. 59-65.

			wawancara, observasi, dan dokumentasi.	UMKM Kota Pekanbaru dan Masyarakat yang Memiliki Koperasi yang Tersebar di 12 Kecamatan Kota Pekanbaru. - Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pelaksanaan Program Pembinaan Koperasi oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui
--	--	--	--	---

				Faktor Penghambat Pelaksanaan Program Pembinaan Koperasi yang Dihadapi oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru.
--	--	--	--	--

### C. Kerangka Pemikiran

Rumah Kreatif BUMN merupakan wadah bagi langkah kolaborasi BUMN dalam membentuk Digital Economy Ecosystem melalui pembinaan bagi UKM untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UKM itu sendiri. Rumah Kreatif BUMN akan diperankan sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi, pengembangan dan digitalisasi UKM. Tujuan utama dari Rumah BUMN adalah peningkatan kapasitas dan kapabilitas UKM sehingga dapat terwujud UKM Indonesia yang berkualitas.<sup>44</sup> Sebagai upaya pemberdayaan sistem ekonomi kerakyatan, khususnya bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Kementrian BUMN bersama

---

<sup>44</sup> Elektronik Book (E-book) Rumah Kreatif BUMN,2019, hlm. 7

perusahaan milik Negara membangun Rumah BUMN sebagai rumah Bersama untuk berkumpul, belajar dan membina para pelaku UKM menjadi UKM Indonesia yang berkualitas.<sup>45</sup>

Dalam rangka meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat, khususnya kekuatan usaha mikro, kecil dan menengah, Kementerian BUMN dan BUMN bersama-sama membangun Rumah Kreatif BUMN sebagai rumah untuk berkumpul, belajar membudidayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang ada di Indonesia agar memiliki kualitas yang tinggi dan daya saing yang kuat Rumah Kreatif BUMN akan mendampingi dan mendorong para pelaku UMKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha UMKM dalam hal peningkatan Kompetensi, Peningkatan Akses Pemasaran dan memudahkan akses Permodalan. Sebagai pusat data dan informasi serta sebagai pusat edukasi, pengembangan dan digitalisasi UMKM.<sup>46</sup>

Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan penyuluhan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Seputar Rumah BUMN. <https://rumah-bumn.id/about> Diakses 4 November 2022 Pukul 02.50

<sup>46</sup> Elektronik Book (E-book) Rumah Kreatif BUMN,2019, hlm 5

<sup>47</sup> Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1998 pasal 1, hlm. 1.

Pembinaan UMKM berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 adalah kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah menjadi tangguh dan mandiri.<sup>48</sup> Dalam penelitian Lie Liana menjelaskan Pemerintah melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UK dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 diatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil. Adapun pembinaan dan pengembangan UK dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan UK yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi UM. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan UK meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi.<sup>49</sup>

Perkembangan usaha merupakan bentuk usaha agar dapat berkembangnya suatu usaha menjadi lebih baik dan berkembang sehingga mencapai suatu titik atau puncak kesuksesan. Dalam perkembangan usaha tolok ukur yang dijadikan keberhasilan dan berkembangnya suatu usaha terlihat

---

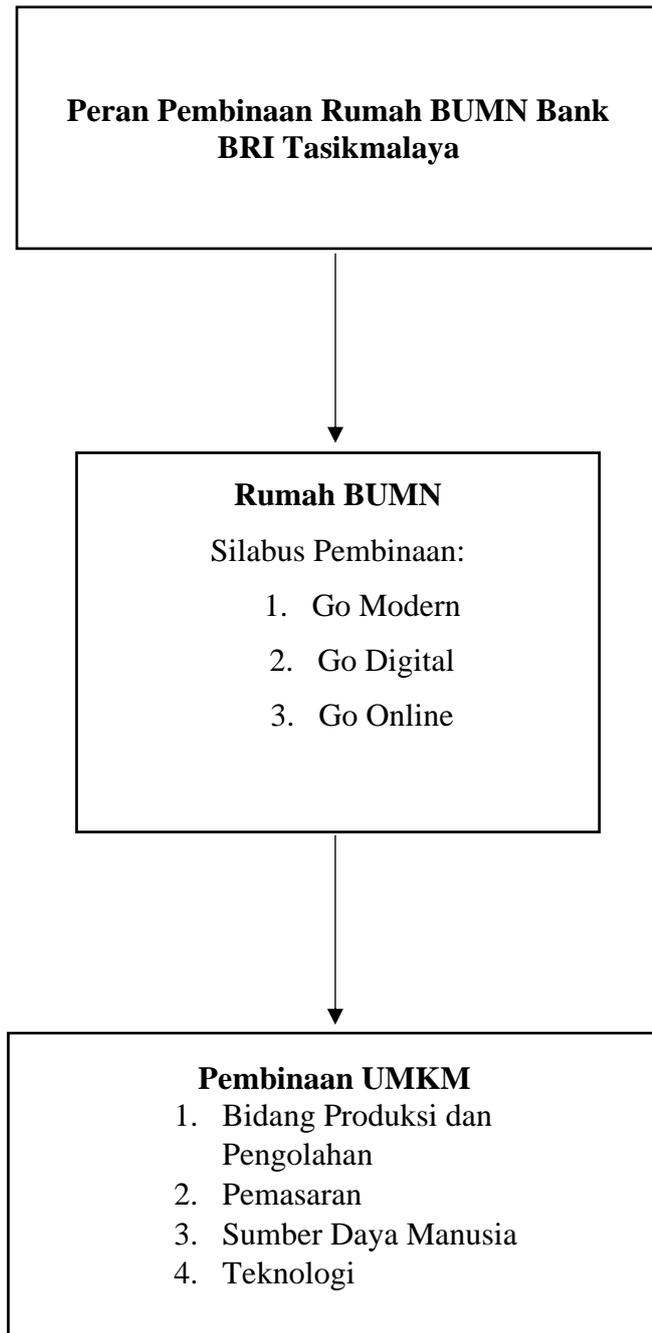
<sup>48</sup> Ade Syafitri. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia , Tbk Divisi Area II Jakarta-Banten)*. Depok : Universitas Indonesia. 2012, hlm. 23

<sup>49</sup> Lie Liana. *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 15 Nomor 2, September 2008, Hal 98-106, ISSN : 1412-3126. hlm. 101

dari adanya peningkatan penjualan, keuntungan, pelanggan, barang terjual, dan perluasan usaha dalam jangka waktu tertentu. Semakin jelas tolak ukur dalam perkembangan usaha maka akan semakin mudah bagi semua pihak dalam memahami dan mengakui kebenaran atas keberhasilannya. Pendapatan penghasilan yang diterima dari suatu usaha atau kegiatan dalam jangka waktu tertentu yang berupa barang dan jasa. Ketika Pendapatan meningkat maka keuntungan penjualan akan meningkat dalam hal tersebut yang dikatakan bahwa suatu usaha mengalami perkembangan.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Junita Wahyulia Azizah, ” Peran Pembinaan Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sumbawa”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**