

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Ekonomi Mikro

Secara umum teori ilmu ekonomi dibagi menjadi dua yaitu: ekonomi mikro dan ekonomi makro. Perbedaan itu dilihat dari asal kata “mikro” berarti kecil dan “makro” yang berarti besar. Dengan demikian teori mikro ekonomi atau ekonomi mikro boleh diartikan sebagai ilmu ekonomi kecil. Berdasarkan kepada pola dan ruang lingkup analisisnya, teori mikro ekonomi dapat didefinisikan sebagai satu bidang studi dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai bagian-bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Usaha kecil merupakan jenis usaha ekonomi produktif yang bisa berdiri sendiri yang akan dikelola dan dimiliki oleh perorangan maupun dikelola oleh sebuah badan usaha. Dari banyaknya jenis usaha yang ada di sekitar kita, kita pasti tahu bahwa usaha-usaha tersebut memiliki penggolongannya sendiri sesuai dengan modal usaha yang dikeluarkannya. Usaha Kecil Menengah (UKM) tergolong dalam ekonomi mikro karena kebanyakan UKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.⁹

⁹ Rokhmat Subagiyo, SE, MEI, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm, 3.

Secara keseluruhan teori ekonomi mikro membahas arus barang dan jasa dari sektor perusahaan ke sektor rumah tangga, arus sektor faktor produksi dari sektor rumah tangga ke sektor perusahaan. Susunan arus tersebut dan terciptanya harga dari arus tersebut. Dengan demikian teori ekonomi mikro mempelajari tiga kegiatan pokok dalam masyarakat yaitu: kegiatan produksi, konsumsi, dan pertukaran.¹⁰

Dari kegiatan pokok dalam masyarakat tersebut, menimbulkan konsep baru dalam teori ekonomi yaitu konsep pasar. Pasar adalah penghubung antara produsen dengan konsumen. Konsep pasar akan melahirkan pembahasan dalam teori ekonomi mikro, yang dibagi kedalam tiga kelompok besar teori, yaitu teori perilaku konsumen, teori perilaku produsen, dan teori pasar.

Dari uraian di atas dapat diketahui, bahwa dalam teori ekonomi mikro terdapat perbedaan sasaran perusahaan. Dalam pandangan ekonomi mikro, setiap perusahaan (termasuk UKM) dipandang sebagai badan usaha yang berusaha mencari laba yang maksimal. Jadi orientasinya bukan laba (*non-profit*) tetapi cenderung ke *service oriented* (maksimalisasi pelayanan). Namun perbedaan pandangan ini bukan berarti tidak ada relevansi teori ekonomi mikro dalam UKM, dalam hal konsep-konsep yang diajukan dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis keberadaan UKM, dengan penyesuaian-penyesuaian tertentu.

¹⁰Ida Nuraini, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Malang: UMM Press, 2016), hlm. 8

Berbeda dengan perusahaan individual yang berorientasi pada maksimalisasi laba, UKM mempunyai dua misi utama, yakni pelayanan terhadap anggotanya dan meningkatkan pertumbuhan badan usaha itu sendiri. Dari sudut ekonomi, UKM menghadapi dua pasar yang potensial, yaitu pasar internal dan eksternal. Pasar internal adalah pasar antara perusahaan dengan anggotanya. Pasar eksternal adalah pasar antara perusahaan dengan non anggota atau anggota potensial.

Dalam pasar internal anggotanya berpartisipasi dalam pembelian barang atau jasa kepada perusahaannya, sebagai imbal baliknya perusahaan memperoleh pendapatan dari hasil penjualan tersebut. Jadi ada aliran barang atau jasa dari perusahaan ke anggota dan ada aliran pendapatan dari anggota kepada perusahaan. Sedangkan pasar eksternal (pasar antara perusahaan dengan non anggotanya). Pasar eksternal sama seperti perusahaan individual yaitu memaksimalkan keuntungan dari produk yang dijualnya.

B. Usaha Kecil Menengah (UKM)

1. Pengertian Usaha Kecil Menengah

Pengertian usaha kecil di Indonesia masih sangat beragam. Definisi menurut Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yaitu Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang 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 UU tersebut.¹¹

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Kriteria lain, jenis usaha dilihat dari jumlah karyawan (tenaga kerja) yang dipekerjakan menurut Biro Pusat Statistik (BPS) adalah sebagai berikut suatu usaha yang mempekerjakan tidak lebih dari 4 (empat) orang merupakan usaha rumah tangga atau usaha mikro, jika

¹¹ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.18

mempekerjakan antara 5 (lima) orang sampai dengan 19 (sembilan belas orang) adalah usaha kecil, jika mempekerjakan antara 20 (dua puluh) orang sampai 99 orang karyawan adalah usaha menengah, dan yang mempekerjakan karyawan 100 orang atau lebih merupakan perusahaan besar.¹²

Dari pengertian-pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa usaha kecil adalah pribadi tertentu yang secara kualitatif lebih dari kebanyakan manusia pada umumnya, yaitu pribadi yang memiliki kemampuan untuk :

- a. Berdiri di atas kekuatan sendiri
- b. Mengambil keputusan untuk diri sendiri
- c. Menetapkan tujuan atas dasar pertimbangan sendiri
- d. Berani mengambil resiko
- e. Memanfaatkan kesempatan usaha yang ada.

2. Karakteristik Usaha Kecil

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena mempunyai pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan pendukung perkembangan usaha kecil. Namun perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, serta penguasaan ilmu pengetahuan guna meminimalkan kegagalan.

¹²Ari Dewi Cahyati, et.al., *Pemahaman Dan Kesiapan UKM Dalam Implementasi SakEtap: Survey Pada UKM Di Bekasi*, Vol.2, No.2, Agustus 2011, hlm. 21.

Menurut Pandji Anoraga, bahwa secara umum sector usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Biasanya pembukuan tidak di perbarui sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran sangat terbatas
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah.¹³

3. Faktor Internal dan Eksternal dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah

Usaha kecil menengah (UKM) saat ini memang banyak dilakukan oleh masyarakat, alokasi anggaran untuk usaha ini juga cukup besar. Banyak program yang telah dijalankan untuk memberdayakan UKM sejak hampir 20 tahun yang lalu, meskipun hasilnya sampai saat ini belum menggembirakan. Sehingga perlu dicarikan format baru yang berbeda dengan yang sebelumnya agar

¹³ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana 2010) , hlm. 32

UKM memiliki peluang untuk berkembang, namun perkembangan Usaha Kecil Menengah di Indonesia masih terhambat oleh permasalahan yang sering dihadapi oleh UKM (Usaha Kecil Menengah) antara lain:

a. Faktor internal

- 1) Kurangnya permodalan, Pemodal merupakan faktor utama mengembangkan suatu unit Usaha, Kurangnya permodalan UKM oleh karena pada umumnya usaha Kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal sendiri yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjam dari bank atau lembaga keuangan lainnya sukar diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan tehknis oleh bank tidak dipenuhi.
- 2) Sumber daya Manusia (SDM) yang terbatas sebagian besar usaha kecil tumbuh secara Tradisional dan Umumnya merupakan usaha Keluarga yang turun temurun. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan tehnologi baru untuk mengembangkan daya saing produk yang dihasilkan.
- 3) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil yang pada umumnya merupakan usaha turun temurun dari keluarga, mempunyai jaringan yang terbatas dan

kemampuan penetrasi rendah dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

- 4) Mentalitas Pengusaha UKM, yaitu semangat entrepreneurship para pengusaha UKM antara lain terus berinovasi, ulet tanpa menyerah, mau berkorban serta semangat mengambil resiko.¹⁴

b. Faktor Eksternal

- 1) Iklim Usaha yang sepenuhnya kondusif kebijaksanaan pemerintah untuk menumbuh kembangkan Usaha kecil dan menengah (UKM), Meskipun dari tahun ketahun terus disempurnakan, namun dirasakan sepenuhnya belum kondusif. Hal ini terlihat dari persaingan yang kurang sehat antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar.
- 2) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usaha yang diharapkan.
- 3) Implikasi Otonomi daerah dengan berlakunya undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi Untuk mengatur dan mengurus

¹⁴Dr. Thamrin Abduh, S.E.,M.Si.,*Strategi Internasionalisasi UMKM* (Makasar:CV SAH MEDIA,2017),hlm. 33.

masyarakat setempat. Perubahan ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku.¹⁵

4. Strategi Pengembangan UKM (Usaha Kecil Menengah)

Dalam sistem ekonomi kerakyatan, pengembangan industry pedesaan melalui usaha mikro, kecil dan menengah merupakan langkah strategik dalam pembangunan ekonomi bangsa. Salah satu pertimbangan dalam memprioritaskan pengembangan industry pedesaan adalah mayoritas industry kecil dan rumah tangga umumnya berada dikawasan pedesaan. Makin besarnya peran industri kecil dalam struktur ekonomi daerah, maka semakin penting upaya pengembangan industry tersebut.

Pemerintah telah banyak melakukan kebijakan untuk pemberdayaan UKM, melalui kredit bersubsidi maupun bantuan teknis. Selain itu dunia akademis, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga penelitian, juga telah melakukakan beberapa kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan UKM. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM maka perlu diupayakan beberapa hal untuk mengembangkan UKM diantaranya sebagai berikut:

- a. Penciptaan iklim usaha yang kondusif, antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan serta

¹⁵*Ibid.*, hlm, 34

penyederhanaan prosedur perizinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.

- b. Bantuan permodalan dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sector jasa finansial formal, sector jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura.
- c. Perlindungan usaha jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (*win-win solution*).
- d. Pengembangan kemitraan perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antar UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun diluar negeri. Selain itu memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Sehingga UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.
- e. Pelatihan pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta ketrampilannya dalam

pengembangan usahanya serta menerapkan hasil pelatihan dilapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

- f. Membentuk lembaga khusus perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuhan kembangan UKM.
- g. Memantapkan asosiasi-asosiasi yang telah ada perlu diperkuat, untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.
- h. Mengembangkan promosi guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan.
- i. Mengembangkan kerjasama yang setara. Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha (UKM) untuk menginventarisir brbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.
- j. Mengembangkan sarana dan prasarana perlu adanya pengalokasian tempat usaha bagi UKM di tempat-tempat yang

strategis sehingga dapat menambah potensi perkembangan bagi UKM tersebut¹⁶

Selain beberapa hal diatas, ada beberapa jenis usaha yang bisa dilakukan oleh UKM untuk mengembangkan usahanya yaitu:

1. Usaha Manufaktur

Usaha Manufaktur adalah usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa dijual kepada konsumen. Contoh dari usaha manufaktur adalah konveksi yang menghasilkan pakaian jadi atau pengrajin bambu yang menghasilkan mebel, hiasan rumah, souvenir dan sebagainya.

2. Usaha Dagang

Usaha dagang ialah usaha yang menjual produk kepada konsumen. Contoh dari usaha dagang adalah pusat jajanan tradisional yang menjual segala macam jajanan tradisional atau toko kelontong yang menjual semua kebutuhan sehari-hari.

3. Usaha Jasa

Usaha jasa merupakan usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen. Sebagai contoh adalah jasa pengiriman barang atau warung internet (warnet) yang menyediakan alat dan layanan kepada

¹⁶*Ibid.*, hlm,35-36

konsumen agar mereka bisa browsing, searching, blogging atau yang lainnya¹⁷

Adapun tujuan pemberdayaan usaha kecil yaitu sebagai berikut

1. Menumbuhkan kemampuan masyarakat serta meningkatkan usaha kecil menjadi usaha yang mandiri dan tangguh, serta dapat berkembang menjadi Usaha Menengah,
2. Meningkatkan peran Usaha Kecil dalam memperluas kesempatan kerja dan mengurangi pengangguran, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan dan memperkokoh struktur perekonomian nasional.

Untuk meningkatkan kemampuan usaha, para pelaku Usaha Menengah dan Usaha Besar harus mempunyai sebuah hubungan kemitraan dengan Usaha Kecil, meskipun tidak memiliki keterkaitan usaha yang dijalankannya. Kemitraan bisa dilakukan dengan cara subkontrak, waralaba, dagang umum, keagenan atau dengan bentuk-bentuk lainnya, disertai dengan upaya pembinaan dan pengembangan usaha kecil, adapun sasaran pembinaan yang dilakukan terhadap pengusaha kecil adalah mengurangi atau kemungkinan menghilangkan kelemahan-kelemahan dan hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan serta meningkatkan dan memanfaatkan keunggulan dan peluangnya. Usaha kecil yang merupakan bagian dari dunia usaha

¹⁷Ferra Pujiyanti S.Pd, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Untuk Perpajakan & UKM: Cara Tercepat dan Terbaik Untuk Menguasai Laporan Keuangan* (LembarLangit Indonesia, 2015), hlm, 70

secara umum di Indonesia, mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan sebuah tujuan pembangunan nasional dan pembangunan ekonomi.

Selain pemberdayaan terhadap UKM, perlu adanya pemberdayaan masyarakat dalam proses peningkatan perekonomian masyarakat. Negara Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki sumber daya manusia (SDM) yang tergolong rendah. Negara Indonesia juga tergolong kekurangan tenaga ahli yang kompeten. Tenaga kerja yang ada pun kurang dimanfaatkan sehingga banyak yang menganggur atau setengah menganggur. Hal ini akan terus berlanjut pada masa yang akan datang karena pertumbuhan angkatan kerja yang semakin meningkat, sementara teknologi mesin yang semakin canggih telah menggantikan tenaga kerja untuk meminimalisir pengeluaran perusahaan.¹⁸

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu pembangunan dengan subjek manusia yang hasilnya bisa dinikmati oleh seluruh elemen masyarakat dengan cara memanifestasikan potensi, aset, dan budaya lokal guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki kualitas hidup. Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu strategi yang berkelanjutan berkaitan dengan pertumbuhan situasi dan kondisi dari potensi yang sebenarnya memiliki kapasitas dalam pengembangan kehidupan masyarakat.

¹⁸ Syafaruddin, *Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Medan: Perdana Publishing, 2012), hlm. 11.

Menurut Arsiyah, pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan ekonomi desa adalah:

- a) Bentuk/jenis pemberdayaan ekonomi masyarakat desa diantaranya: bantuan modal usaha, bantuan perorangan, pelatihan/penyuluhan, studi banding, bantuan peralatan, bantuan bahan baku dan strategi pasar.
- b) Proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat industri kecil melalui tiga tahap, yaitu: tahap pelepasan diri, tahap pengelompokkan, dan tahap pengembangan sumber daya manusia, pemberdayaan usaha, dan pemberdayaan lingkungan yang ditunjang oleh suatu program.

Strategi pemberdayaan masyarakat terdiri dari:¹⁹

- 1) Pengembangan sumber daya manusia. Dilakukan dengan berbagai agenda kegiatan pendidikan dan latihan, baik untuk anggota maupun pengurus kelompok, mencakup pendidikan dan latihan keterampilan pengelolaan kelompok, teknis produksi dan usaha.
- 2) Pengembangan kelembagaan kelompok. Dilakukan dengan bimbingan anggota masyarakat dalam menyusun mekanisme organisasi, kepengurusan, administrasi, dan peraturan rumah tangga
- 3) Pemupukan modal masyarakat. Dilakukan dengan sistem tabungan dan kredit anggota serta menghubungkan kelompok dengan lembaga keuangan setempat untuk mendapatkan manfaat bagi pemupukan modal lebih lanjut.

¹⁹ Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm, 170.

- 4) Pengembangan usaha produktif. Dilakukan dengan kegiatan peningkatan usaha produktif dan jasa, pemasaran yang disertai dengan kegiatan studi kelayakan usaha dan informasi pasar.
- 5) Penyediaan informasi tepat guna. Yaitu berupa exposure program, penerbitan buku dan majalah yang dapat memberikan masukan yang mendorong inspirasi ke arah inovasi usaha lebih lanjut.

C. Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

1. Pengertian Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, meningkatkan adalah menaikkan derajat taraf dan mempertinggi produksi atau sebuah cara yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik.²⁰ Sedangkan perekonomian berasal dari kata oikos dan nomos. Oikos yang berarti rumah tangga dan nomos ialah mengatur. Jadi perekonomian merupakan tindakan, aturan atau cara tentang mengelola ekonomi rumah tangga yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Jadi perekonomian masyarakat adalah cara atau usaha yang dilakukan masyarakat dalam mengatur perekonomian rumah tangga dari yang lemah menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup.²¹

²⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka), hlm, 951

²¹Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,t.t.), hlm.24.

2. Ekonomi Kerakyatan

Ekonomi Kerakyatan adalah sebuah perekonomian yang dimiliki oleh rakyat kecil dan didominasi oleh sebagian besar bangsa Indonesia. Membangun ekonomi rakyat berarti harus meningkatkan kemampuan masyarakat dengan cara mengembangkan dan mendominasi potensinya, atau dengan kata lain memberdayakan. Mengembangkan ekonomi kerakyatan berarti mengembangkan system ekonomi yang berasas dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Upaya pengerahan sumber daya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat ini akan meningkatkan produktivitas masyarakat, sehingga baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam disekitar masyarakat dapat digali dan dimanfaatkan. Dengan demikian masyarakat dan lingkungannya mampu secara partisipatif menghasilkan dan menumbuhkan nilai tambah yang meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan mereka.

3. Teori Peningkatan Ekonomi

Peningkatan juga dapat berarti pertumbuhan atau penambahan, yang merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam suatu perekonomian. Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan pendapatan nasional yang berarti dengan meningkatnya pendapatan perkapita dalam suatu periode perhitungan tertentu.²² Secara umum teori pertumbuhan ekonomi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu teori pertumbuhan ekonomi klasik dan teori pertumbuhan ekonomi neo-klasik. Menurut

²² Iskandar Putong. *Economics, Pengantar Mikro dan Makro, Edisi Kelima*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013) hlm. 411

pandangan para ekonom klasik terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi seperti modal, jumlah stok barang, luas tanah dan kekayaan alam, serta tingkat teknologi.

Sedangkan teori pertumbuhan neo-klasik, teori pertumbuhan ekonomi yang dikembangkan oleh Abramovits dan Solow melihat pertumbuhan ekonomi dari sisi penawaran. Mereka menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi tergantung pada perkembangan faktor-faktor produksi, dan faktor terpenting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi menurut Solow ialah kemajuan teknologi dan penambahan kemahiran dan kepakaran para tenaga kerja, bukan ditentukan oleh penambahan modal dan penambahan tenaga kerja.²³

Ada beberapa faktor produksi yang menjadi kekuatan utama dalam mempengaruhi ekonomi. Beberapa faktor produksi tersebut terdiri dari:

- 1) Sumber Daya Alam, merupakan faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.
- 2) Akumulasi Modal atau pembentukan modal adalah peningkatan stok modal dalam jangka waktu tertentu.
- 3) Organisasi yang bersifat melengkapi (komplemen) modal, buruh, dan membantu meningkatkan produktivitasnya.
- 4) Kemajuan Teknologi merupakan yang paling penting dalam pertumbuhan ekonomi yaitu untuk meningkatkan produktivitas, modal dan faktor produksi lainnya.

²³ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi*, Teori Pengantar, Edisi Ketiga, hlm. 433

5) Pembagian Kerja dan Skala Produksi, spesialisasi dan pembagian kerja menciptakan peningkatan produktivitas. Keduanya membawa ke arah ekonomi produksi skala besar, yang selanjutnya membantu perkembangan industri.

4. Indikator Peningkatan Ekonomi

Secara umum, peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas dalam kemajuan. Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu, peningkatan juga berarti pencapaian dalam proses. Hasil dari suatu peningkatan juga ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu. Dimana saat suatu usaha atau proses telah sampai pada titik tersebut maka akan timbul perasaan puas dan bangga atas pencapaian yang telah diharapkan. Perekonomian dikatakan meningkat apabila tercapainya kesejahteraan dalam mencukupi kebutuhan hidup keluarga.

Kesejahteraan dalam pembangunan sosial ekonomi, tidak dapat didefinisikan hanya berdasarkan konsep material dan hedonis, tetapi juga memasuki tujuan-tujuan kemanusiaan dan kerohanian. Oleh sebab itu, konsep kesejahteraan bukan berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan material duniawi, melainkan juga berorientasi pada terpenuhinya kesejahteraan spiritual dan ukhrowi. Todaro dan Stephen C. Smith, menjelaskan bahwa upaya mencapai kesejahteraan

masyarakat secara material, duniawi dan spiritual dapat dilakukan dengan memperhatikan tiga hal dasar yaitu:

a) Tingkat Kebutuhan Dasar

Peningkatan kemampuan dan pemerataan distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, kesehatan, dan perlindungan.

b) Tingkat Kehidupan

Peningkatan tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, pendidikan yang lebih baik dan peningkatan pendidikan.

c) Memperluas Skala Ekonomi dari Individu dan Bangsa

Adanya pilihan pekerjaan yang lebih baik dari masyarakat yang lebih baik untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Kesejahteraan adalah salah satu aspek yang cukup penting untuk menjaga dan membina terjadinya stabilitas sosial dan ekonomi, di mana kondisi tersebut juga diperlukan untuk meminimalkan terjadinya kecemburuan sosial dalam masyarakat. Maka setiap individu membutuhkan kondisi yang sejahtera, baik sejahtera dalam hal materil dan dalam hal non materil sehingga dapat terciptanya suasana yang harmonis dalam bermasyarakat.

Definisi Kesejahteraan dalam konsep dunia modern adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya

sehingga memiliki status sosial yang mengantarkan pada status sosial yang sama terhadap sesama warga lainnya.²⁴

Kesejahteraan secara umum ialah kondisi telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia sesuai dengan standar kualitas hidup manusia. Kesejahteraan dibagi menjadi dua yaitu kesejahteraan lahir dan kesejahteraan batin. Kesejahteraan lahir biasanya diukur secara ekonomi misalnya tercukupinya kebutuhan lahir manusia seperti kebutuhan akan makanan, kebutuhan akan pakaian, perumahan, dan lainnya. Kesejahteraan ini biasanya diinterpretasikan dari pendapatan. Sedangkan kesejahteraan batin diukur secara batiniah yaitu ketentraman, kedamaian, hubungan kekeluargaan, dan lain-lain. Kesejahteraan batin ini diinterpretasikan dari relasi sosial atau kemanusiaan yang dapat menciptakan suasana damai dalam keberlangsungan hidup.

D. Peran Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Perekonomian

1. Pengertian Peran

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, peran memiliki makna yaitu seperangkat tingkat di harapkan yang dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Peranan ialah bagian dari tugas utama yang harus dilakukan. Pemeran ialah proses atau cara perbuatan

²⁴Ikhwan Abidin Basri, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), hlm, 24

memahami perilaku yang diharapkan dan dikaitkan dengan kedudukan seseorang.²⁵

Menurut Dewi Wulansari, peran adalah konsep tentang apa yang harus dilakukan oleh individu dalam masyarakat dan meliputi tuntutan-tuntutan perilaku dari masyarakat terhadap seseorang dan merupakan perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.²⁶

Menurut Soerjono Soekanto, peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal ini berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya.

Adapun peran mencakup tiga hal menurut Soerjono Soekanto, sebagai berikut:

- a) Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.

²⁵ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), Cet. Ke-1, hlm. 1132

²⁶ Dewi Wulansari, *Sosiologi Konsep dan Teori*, (Bandung: Refika Aditama, 2009), hlm. 106

- b) Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c) Peranan juga dapat diartikan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.²⁷

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa peran dan peranan adalah suatu tindakan atau aktivitas yang diharapkan oleh masyarakat atau pihak lain untuk dilakukan oleh seseorang sesuai dengan status yang mereka miliki sehingga peran atau peranan tersebut dapat dirasakan pengaruhnya dalam lingkup kehidupan.

2. Peran Usaha Kecil dalam Perekonomian

Usaha Kecil Menengah atau yang sering disingkat UKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru, dan lewat UKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UKM ini perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang

²⁷ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 212.

terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.²⁸

Secara umum UKM dalam perekonomian nasional memiliki peran:

1. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi.
2. Penyedia lapangan kerja terbesar.
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian local dan pemberdayaan masyarakat.
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
5. Kontribusinya terhadap neraca pembayaran.

Secara historis UKM di Indonesia merupakan pemain utama dalam aktivitas ekonomi di dalam negeri. Karena UKM memberikan kesempatan kerja yang besar bagi penduduk Indonesia dan merupakan sumber pendapatan utama maupun sekunder bagi banyak rumah tangga di Indonesia. Kebijakan pengembangan UKM diperlukan agar menjadi sektor yang lebih mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan yang seimbang dan inklusif. UKM dipilih sebagai representasi ekonomi rakyat karena selain menyerap tenaga kerja sekitar 90 persen, juga karena membeli nilai tambah sekitar 56 persen dimana sector pertanian memegang peran yang sangat besar (sekitar 70 persen).²⁹

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang sangat besar.

Hal ini terbukti bahwa UKM mampu menyelamatkan perekonomian

²⁸Ferra Pujiyanti S.Pd, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Untuk Perpajakan & UKM: Cara Tercepat dan Terbaik Untuk Menguasai Laporan Keuangan* (Lembar Langit Indonesia, 2015), hlm. 67.

²⁹<https://kartawan.files.wordpress.com>. Departemen Koperasi, Beberapa Model Pengembangan Usaha Kecil. Diakses pada hari: Jumat, 20 November 2020 Pukul 16.15 wib.

bangsa pada saat dilanda krisis ekonomi pada tahun 1997. Terbukti saat krisis global pada beberapa tahun lalu, UKM hadir sebagai suatu solusi dari system perekonomian yang sehat, UKM salah satu sector industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Dengan bukti ini jelas bahwa UKM dapat diperhitngkan dalam meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi system ekonomi yang ada. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern.

Oleh karena itu pemberdayaannya harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, dengan arah peningkatan produktivitas dan daya saing, serta menumbuhkan wirausahawan baru yang tangguh. Salah satu keunggulan UKM adalah, ia terkadang sangat lincah mencari peluang untuk berinovasi untuk menerapkan tekhnologi baru ketimbang perusahaan perusahaan besar yang telah mapan. Tak mengherankan jika dalam era persaingan global saat ini banyak perusahaan besar yang bergantung pada pemasok-pemasok kecil menengah. Sesungguhnya ini peluang bagi kita untuk turut berkecimpung diera global sekaligus menggerakkan sector ekonomi riil.

Adapun peran usaha kecil dalam kegiatan ekonomi masyarakat antara lain:

- a. Memiliki potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja

- b. Memiliki kemampuan memanfaatkan bahan baku lokal, memegang peranan utama dalam pengadaan produk dan jasa bagi masyarakat, dan secara langsung menunjang kegiatan usaha yang berskala lebih besar.
- c. Industri kecil biasanya tidak mempunyai utang dalam jumlah besar
- d. Dapat menumbuhkan usaha baru di daerah, yang mampu menyerap tenaga kerja.

Berdasarkan dari uraian diatas hendaknya UKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, mengolah potensi unggulan lokal secara optimal, mengurangi pengangguran dan meningkatkan semangat para pelaku industri kecil dan menengah yang sejenis, oleh karena itu perusahaan selalu berusaha mencoba membuat terobosan baru, baik dari segi produksi maupun industri.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Agusetyaningrum³⁰ yang berjudul, Strategi Pengembangan Usaha kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner, strategi pengembangan UKM berbasis kuliner serta persepsi wisatawan

³⁰ Verniaputri Agusetyaningrum, et.all., *Strategi Pengembangan Usaha kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.38 No.2, 2016

terhadap produk yang dihasilkan oleh UKM berbasis kuliner di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu permodalan, bahan baku, peralatan, sumber daya manusia dan lahan tempat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulisty³¹ yang berjudul, Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang. Dalam penelitian yang bertujuan mendiskripsikan tatanan ekonomi khususnya UKM di Kabupaten Malang melalui telaah performance yang berbasis ekonomi kerakyatan, mendiskripsikan permasalahan yang dihadapi UKM, upaya-upaya pemecahan permasalahan UKM, mendiskripsikan aksesibilitas akses kegiatan UKM, serta peluang pengembangan kegiatan ekonomi UKM terutama di Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum permasalahan UKM di Kabupaten Malang terkait dengan

³¹Sulisty, *Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang*, (Malang : Universitas Kanjuruhan Malang), Vol 6, No 1, 2010.

Permodalan, Pemasaran, Manajemen dan Sumber Daya Manusia Yang Lemah. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan pada pengembangan usaha kecil menengah (UKM) dibandingkan dalam penelitian yang dilakukan penulis lebih terfokus pada peran UKM dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Santosa³² yang berjudul, Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan UKM Kota Bekasi. Dalam penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan Menganalisis strategi pemerintah Kota Bekasi dalam pemberdayaan UKM. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinas koperasi, perindustrian, perdagangan dan pariwisata kota Bekasi di UMKM di Bekasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan strategi pemerintah daerah dalam melakukan pemberdayaan UKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Herianto³³ yang berjudul Dampak Pembangunan Jalan Lingkar Selatan Salatiga Terhadap Perkembangan

³² Adil Makmur Santosa, *jurnal parameter ISSN Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Ukm Kota Bekasi*, Vol.2 No.1, 2017, 48.

³³ M .Roziqin Herianto, *Dampak Pembangunan Jalan Lingkar Selatan Salatiga Terhadap Perkembangan Ukm Di Sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga*, Among Makarti, Vol.5 No.9,2012

UKM di Sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pembangunan Jalan Lingkar Selatan Salatiga terhadap kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat disekitarnya, serta untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Jalan Lingkar Selatan Salatiga. Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian Kualitatif. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa faktor yang menjadi alasan berkembangnya UKM di sekitar jalan Lingkar Selatan Salatiga karena banyak masyarakat yang melihat peluang yang ada untuk berusaha, selain itu juga karena adanya pangsa pasar yang besar dengan adanya para penggiat aktivitas di Jalan Lingkar Selatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan pada dampak dari pembangunan Jalan Lingkar Selatan Salatiga terhadap kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat disekitarnya melalui UKM, serta untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Jalan Lingkar Selatan Salatiga.

Penelitian yang dilakukan oleh Nirwana³⁴ yang berjudul, Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Enrekang. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemerintah dalam pembinaan usaha kecil menengah dikabupaten

³⁴Devi Chandra Nirwana, et.all.,*Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Enrekang*, Jurnal Administrasi Publik, Vol.3 No.1, 2017

enrekang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan tipe studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah kabupaten enrekang sudah menjalankan perannya yaitu sebagai fasilitator, regulator dan katalisator. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan tipe studi kasus. Sedangkan pada perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan pada peran pemerintah dalam pembinaan usaha kecil menengah dikabupaten enrekang.

F. Kerangka Konseptual

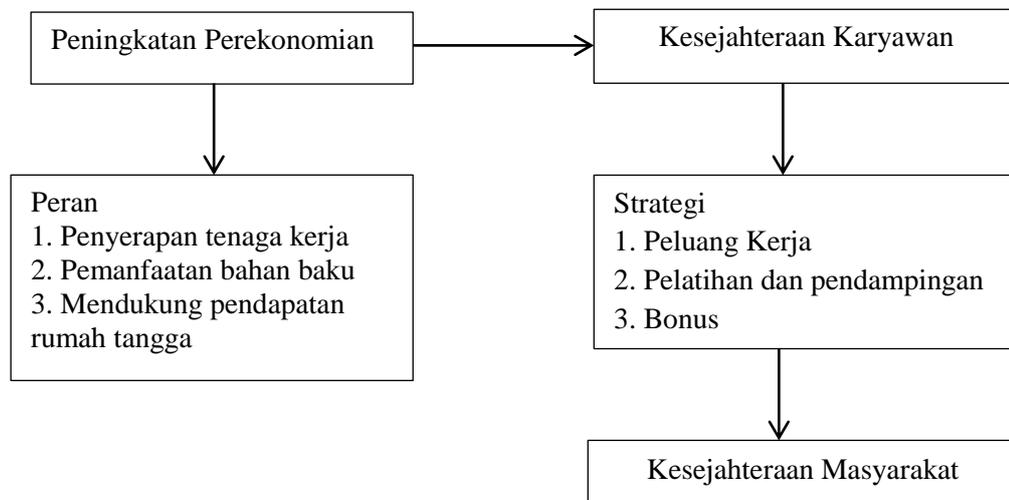
Kerangka berfikir atau kerangka konseptual digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, serta hubungannya dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan.

Dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, UKM mempunyai peran yang kompeten. Namun untuk mewujudkan ketercapaian dalam meningkatkan perekonomian tersebut harus menggunakan berbagai strategi yang harus ditempuh meski melalui berbagai kendala yang harus dihadapinya. Kendala utama dalam pengembangan UKM adalah kurangnya SDM yang dimiliki masyarakat dalam mengelola suatu usaha. Oleh sebab itu dalam pengembangan usahadiperlukan suatu pendampingan mengingat keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki masyarakat dalam bidang usaha.

Mengacu pada konsep dan teori diatas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Keterangan: dari kerangka teori diatas dapat diketahui bagaimana peran Usaha Kecil Menengah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, serta strategi yang dilakukan guna mendorong kesejahteraan masyarakat. Strategi tersebut ialah memberikan peluang kerja kepada siapa saja, memberikan pelatihan dan pendampingan serta memberikan bonus.