BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Optimalisasi adalah berasa dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih/sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif.[1] Menurut Winardi optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan.[2]

Optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimumkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya.[3]

Ada tiga elemen permasalahan optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu tujuan, alternatif keputusan, dan sumberdaya yang dibatasi.[4]

---

[1] Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), hal. 800

[2] Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan,* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996), hal. 363

[3] Hotniar Siringoringo, *Pemograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal. 4

[4] Machfud Sidik, *Optimalisasi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah,* Artikel, 2001, hal 8

1. Tujuan

Tujuan dari optimalisasi dapat berbentuk maksimum atau minimum. Maksimum digunakan apabila tujuan pengoptimalisasi berhubungan dengan keuntungan, penerimaan, dan sejenisnya. Sedangkan minimum digunakan dengan tujuan pengoptimalan yang berhubungan dengan biaya, waktu, jarak, dan sejenisnya. Penentuan tersebut tertentu harus disesuaikan dengan apa yang akan dimaksimalkan atau diminimumkan.

2. Alternatif keputusan

Alternatif keputusan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan atau mencapai sebuah tujuan. alternatif keputusan tersedia menggunakan sumberdaya terbatas yang dimiliki pengambilan keputusan dan pengambilan keputusan juga dihadapkan dengan beberapa pilihan yang perlu dipertimbangkan dengan baik.

Pengambilan keputusan mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu organisasi, terutama karena masa depan suatu organisasi banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang. Pengambilan keputusan hendaknya dipahami dalam dua pengertian yaitu penetapan tujuan yang merupakan terjemahan dari cita-cita aspirasi dan pencapaian tujuan melalui implementasinya. Ringkasnya, keputusan dibuat untuk mencapai

tujuan melalui pelaksanaan dan ini semua berintikan pada hubungan kemanusiaan.[5]

Menurut Gigch pencarian untuk menghasilkan alternative tetap merupakan bagian yang harus dipahami. Salah satu teori mengatakan bahwa pencarian alternatif-alternatif merupakan proses suatu rangkaian tujuan dan sasaran pertama kali yang dibuat untuk menjembatani jarak antara titik awal dan pencarian tujuan. [6]

Adair berpendapat bahwa keputusan-keputusan berpusat pada pengelolaan. Dalam situasi manajemen tertentu suatu keputusanatau bagian keputusan harus mendahului pelaksanaan. Keberhasilan dan kegagalan pencapaian hasil bagaimanapun juga akan ditentukan dalam keputusan dan efektivitas dalam pelaksanaannya.[7]

3. Sumberdaya yang dibatasi

Sumberdaya merupakan pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ketersediaan sumberdaya ini terbatas. Keterlibatan ini yang mengakibatkan dibutuhkannya proses optimalisasi.

Salah satu bentuk optimalisasi dalam mengatasi tenaga kerja antara lain dengan perluasan dan pengembangan kesempatan tenaga kerja. Dengan tujuan mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Cara yang bisa dilakukan adalah

---

[5] J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit,* (Jakarta: PT Grasindo, 2015), hal 32

[6] Syafaruddin Anzizhan, *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan,* (Jakarta: PT Grasindo), hal 51

[7] *Ibid,*hal 48

dengan meningkatkan pelatihan yang berkaitan dengan teknologi tepat guna, pengembangan kewirausahaan, ketrampilan pendukung lain, pengkajian potensi kesempatan kerja serta karakteristik pencari kerja, pembangunan pemukiman transmigrasi baru serta pembinaan. Peningkatan kualitas produktifitas tenaga kerja dapat dilakukan dengan pengembangan standarisasi dan sertifikasi kompetensi, peningkatan relevansi, kualitas, dan efesiensi pelatihan kerja melalui pembinaan dan pemberdayaan lembaga pelatihan kerja serta permasyarakatan nilai dan budaya produktif, pengembangan sistem dan metode peningkatan produktifitas serta pengembangan kader dan tenaga ahli produktifitas.[8] Tujuan atau manfaat dari adanya suatu pengoptimalan adalah untuk mengidentifikasi tujuan, mengatasi kendala pemecahan masalah yang lebih tepat dan dapat diandalkan, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat. Dengan demikian, optimalisasi merupakan suatu usaha guna memaksimalkan atau meminimalisasi untuk mencapai suatu tujuan dengan tepat dan efektif.

B. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*strato*" yang artinya pasukan dan "*agenis*" yang artinya

[8] Subandi, *Ekonomi Pembangunan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 111

pemimpin. Jadi strategi berarti hal yang berhubungan dengan pasukan perang.[9]

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.[10] Strategi merupakan sebuah pilihan yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Sedangkan menurut Stephanie K. Marrus didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.[11]

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

---

[9] Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal 2

[10] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hal 964

[11] Sedarmayanti, *Manajemen Strategi,* (Bandung: Refrika Aditama, 2014), hal 16

2. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:[12]

a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang diinginkan dicapai kepada orang lain,
b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya,
c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang baru,
d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang,
e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.

3. Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi

[12] Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage*(Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal 4

baru.[13] Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution)* dan perubahan secara bertahap.

Menurut Iskandar Wiryokusumo, pengembangan adalah upaya pendidikan baik formula maupun non formal yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah, teratur, dan bertanggungjawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangankan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai bakat, keingnan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan juga kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.[14]

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.[15]Menurut Brown dan Petrello, pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat

---

[13] http://www.jdih.kemenkeu.go.id, diakses pada 24 Mei 2020 pukul 09.55 WIB

[14] Artikel Anatatsa Dai Poetri dan Yulia Nurendah, *Tinjauan Atas Perencanaan Pengembangan Bisnis Jasa Pada The Mirah Hotel Bogor,* 2018, hal 25

[15] Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*, (Malang: Polinema Press, 2018), hal 90

pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Kegiatan pengembangan adalah proses untuk menyediakan ketrampilan dan kemampuan untuk kebutuhan masa depan, di samping untuk meningkatkan kapasitas karyawan untuk melakukan pekerjaan saat ini.[16] Kegiatan pengembangan lebih luas dari kegiatan pelatihan, seperti pendidikan formal, proyek-proyek khusus, penugasan, dan kegiatan *mentoring*. Pengembangan organisasi atau *organization depelopment* (OD) adalah proses untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan kesejahteraan keryawan melalui intervensi yang terencana. Inisiatif kegiatan pengembangan organisasi atau OD dilakukan dalam skala besar maupun skala kecil, misalnya program pelatihan untuk karyawan baru tentang visi dan misis perusahaan, nilai-nilai dan budaya perusahaan, dan program peningkatan partisipasi dan keterlibatan karyawan dalam pengembangan budaya perusahaan, dan program lainnya untuk manajemen perubahan di perusahaan.

4. Aspek-aspek Pengembangan Usaha

a. Modal Kerja (Permodalan)

Modal kerja adalah investasi sebuah perusahaan pada aktiva-aktiva jangka pendek-kas, sekuritas, persediaan dan piutang.[17] Pada era sekarang

[16] Farid Poniman dan Yayan Hdiyat, *Manajemen HR STIFIn Terobosan untuk Mendongkrak Produktivitas*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal 363

[17] Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal 117

ini, jika suatu perusahaan meremehkan atau bertindak tidak serius dalam mengelola manajemen modal kerja, maka perusahaan tersebut diprediksi akan bermasalah dalam berkompetisi di pasar, termasuk kemungkinan perusahaan tersebut tidak mampu memanfaatkan modal kerja yang telah dimiliki secara maksimal serta tepat sasaran. Pengertian tepat sasaran artinya perusahaan menempatkan modal kerja pada sisi yang bersifat *profitable* yang artinya setiap mengambil keputusan harus melihat prospek keuntungan.

Beberapa usaha bisnis tidak bisa berjalan dengan baik ketika modal yang diperlukan untuk mendukung kerja tidak bisa dipenuhi secara baik, termasuk hal yang lebih parah ketika modal yang dimiliki mengalami kebocoran. Sehingga semua cita-cita untuk menjadi seorang wirausaha sejati sulit untuk diwujudkan.

b. Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Konsep yang paling mendasar dari pemasaran yaitu kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia (*human need*) adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang.[18]

[18] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Jilid I,* (Jakarta: PT Indeks, 2007), hal 6

Definisi lain dari pemasaran yaitu menurut Willian J. Stanton, pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.[19] Dalam pemasaran, persaingan yang ada tentunya perusahaan pada pasar produk atau jasa memperlihatkan keunggulannya masing-masing dengan atau tanpa terikat peraturan dalam meraih pelanggannya.[20]

Seorang ahli teori manajemen, Peter Drucker menyatakan bahwa orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan. Akan tetapi, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan.[21] Tujuan pemasaran adalan untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dengan sendiri. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Sehingga selanjutnya yang dibutuhkan adalah menyediakan produk atau jasa.

---

[19] Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal 1

[20] Zuriani Rotonga, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hal 80

[21] Hery, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Grasindo, 2019), hal 4

c. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat kreativitas, dan semangatnya untuk suatu organisasi.[22] Maka penting bagi seorang manajer perusahaan untuk menyeleksi, melatih dan mengembangkan orang yang akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Karena tanpa orang yang kompeten, perusahaan akan kesulitan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya dan sumber daya manusia harus direncanakan dan digunakan sehingga nantinya akan memperoleh manfaat yang maksimal. Perencanaan yang matang memungkinkan hal tersebut dapat terjadi.

Pengelolaan sumber daya manusia sangat diperlukan untuk efektifitas sumber daya manusia dalam suatu organisasi.[23] Tujuan dari hal tersebut adalah untuk memberikan kepada organisasi satuan kerja yang efektif untuk mencapai tujuan dan studi tentang manajemen perusahaan. Salah satu aktivitas dalam pengelolaan SDM adalah rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen (penarikan) sumber daya manusia adalah suatu proses pencarian dan pemikatan para calon tenaga kerja (karyawan) yang mempunyai kemampuan sesuai dengan rencana kebutuhan suatu oranisasi.

---

[22] Ekawarna, *Manajemen Badan Usaha dan Koperasi,* (Jakarta: Gaung Persada, 2010), hal 153

[23] Zainal Abidin, *Liberalisasi Rekritmen Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah,* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2018), hal 24

d. Produksi

Produksi adalah segala kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa, yaitu kegiatan yang dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan skill (*Organization, managerial, dan technical skills*). Produksi berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produks-produk perusahaan secara efisien.[24]

C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

1. Pengertian UMKM

Pengertian UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.[25]

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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.

---

[24] Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hal 81

[25] Jerry RH Wuisang, dkk, *Konsep Kewirausahaan dan UMKM*, (Sulawesi Utara: Yayasan Makaria Waya, 2019), hal 56

Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan meruapakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

2. Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:[26]

a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
   1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
   2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
b. Usaha Kecil memiliki kriteria sebagai berikut:
   1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

[26] Jerry RH Wuisang, dkk, *Konsep Kewirausahaan dan UMKM,*..... hal 60

2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

c. Usaha Menengah, memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Memiliki kakayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) Memiliki hasil penjualan tanhunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

3. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.

Selain itu kelompok ini juga terbukti tahan akan berbagai goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha

Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):[27]

a. *Livelhood Activities,* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sekrtor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
b. *Micro Enterprise,* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
c. *Small Dynamic Enterprise,* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
d. *Fast Moving Enterprise,* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar(UB).

4. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembangn (NSB), tetapi juga negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan

[27] Jerry RH Wuisang, dkk, *Konsep Kewirausahaan dan UMKM,……* hal.63

usaha besar (UB), sepertihalnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

5. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah

Karakteristik UMKM adalah ciri khusus dari UMKM. Ciri khusus yang dimiliki UMKM ada dua macam yaitu karakter positif dan karakter negatif.[28]Karakter positif meliputi:

a. Tahan dalam menghadapi persoalan, yang artinya para pelaku tidak akan menyerah walaupun mengalami persoalan yang berat,
b. Fleksibel, artinya setiap ada perubahan dengan mudah mereka menyesuaikannya,
c. Mandiri, tidak tergantung pada pemerintah maupun pihak lain,
d. Efisien atau hemat karena diusahakan sendiri dengan baik dengan anggota keluarga,
e. Keuangannnya lebih mandiri karena dapat mencukupi kebutuhan keuangannya.

Karakter negatif meliputi:

a. Informal, kesulitan dalam kerja sama dengan pihak lain,
b. Skala ekonomi yang rendah sulit untuk berkembang, karena sumber daya yang terbatas,

[28] Darmanto,dkk, *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*, (Yogyakarta: CV BudiUtama, 2018), hal. 4

c. Tidak ada standar atau Standard Operasional Prosedure (SOP),

d. Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen,

e. Tidak disiapkan untuk menjadi besar.

D. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus UMKM Griya Batik Tulis Rahayu Desa Sumbergedong Kecamatan Trenggalek) dalam berbagai karya baik dalam bentuk buku maupun jurnal, serta beberapa penelitian yang masih memiliki kaitannya dengan tema penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang[29]	penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum permasalahan UKM di Kabupaten Malang terkait dengan permodalan, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia yang lemah.	Membahas terkait pengembangan usaha kecil dan menengah dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam segi aspek yang dibahas yaitu tentang permasalahan dan upaya pemecahan permasalahan.	Fokus penelitian dalam penelitian terdahulu yaitu seluruh UKM di Kabupaten Malang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu berfokus hanya pada UMKM Batik di Kabupaten Trenggalek.
2	Strategi	pengembangan	Membahas	Penelitian

[29] Sulisyto, Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol 6, No 1, 2010, hal 70

	pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta[30]	UMKM tidak hanya oleh UMKM saja tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan di harapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di Kabupaten/Kota DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk perkembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilitasi.	terkait strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif.	terdahulu mengunakan 40 objek pedagang klithikan di DIY, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berobjek pada Batik Tulis Rahayu Trenggalek, pembahasannya mengenai strategi berdasarkan optimalisasi dan pengembangan usaha.
3	Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam penguatan ekonomi kerakyatan (studi kasus pada usaha roti maros di Kabupaten Maros[31],	Hasilnya dari penelitian ini yaitu strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha roti maros di Kabupaten Maros digunakan untuk pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi	Membahas strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, dan pendekatan penelitian yaitu menggunakan kualitatif.	Penelitian terdahlu mengguanakan analisis SWOT, lalu objek penelitian yang dibahas yaitu Roti Maros di Kabupaten Maros, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

[30] Edy Suandi dan Y. Sri Susilo, Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 12 No 1, 2011, hal 45

[31] Alyas dan Muhammad Rakib, Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros), *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 19 No. 2, 2017, hal 114

		pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk roti maros.		membahas tentang strategi berdasarkan optimalisasi dan pengembangan usaha. Objek yang dibahas yaitu Batik Tulis Rahayu Kabupaten Trenggalek.
4	Strategi dan dampak pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi)[32],	Strategi pengembangan UMKM yang dilakukan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi yaitu pemberdayaan sumber daya manusia, bantuan permodalan usaha dan pengembangan balai benih ikan. Pengembangan ini bisa meningkatkan kesejahteraan ekonomi pembudidaya serta mampu menyerap tenaga kerja sekitar, terlepas adanya faktor pendukung dan penghambat prosesnya.	Terkait pembahasan mengenai startegi pengembangan dan juga faktor pndukung dan faktor penghambat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Selain itu, pada penelitian ini mengggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.	Objek penelitian terdahulu yaitu UMKM balai benih ikan berbasis Minapolitan di Kabupaten Banyuwangi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan objeknya yitu UMKM Batik Tulis Rahayu di Kabupaten Trenggalek.
5	Strategi optimalisasi	perlu memperkuat program	Terkait dengan pembahasan	Pada penelitian terdahulu tidak

[32] Akbar Khamarullah, dkk, Strategi Dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi), *Jurnal Administrasi Publik (JAP),* Vol. 2 No. 5, hal 591

	pemberdayaan UMKM di Kabupaten Ponorogo[33]	pemberdayaan UMKM, terbatasnya SDM yang dimiliki dan perlu ditingkatkan pembinaan di bidang, pelatihan dan pendampingan khususnya di bidang bisnis dan ketrampilan teknis produksi, pelatihan pada UMK untuk meningkatkan produktivitas dengan teknologi tepat guna, melakukan inovasi produk, memanfaatkan sosial media untuk promosi, bekerjasama dengan masyarakat untuk mengembangkan wisata minat khusus.	strategi dan optimalisasi pada UMKM, selain itu jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.	membahas tentang peningkatan perekonomian masyarakat dan juga faktor pendukung dan penghambat optimalisasi. Objek yang dibahas dari penelitian terdahulu yaitu UMKM yang ada di Kabnpaten Ponorogo, serta membahas tentang analisis SWOT, sedangkan penelitian yang akan dilakukan objeknya Batik Tulis Rahayu di Kabupaten Trenggalek.
6	Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meningkatkan citra kota Malang sebagai destinasi wisata kuliner[34]	faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pengembangan UKM berbasis kuliner yaitu permodalan, bahan baku, peralatan, sumberdaya	Terkait dengan pembahasan strategi pengembangan, jenis penelitian yaitu kualitatif, membahas juga tentang faktor pendukung dan penghambat.	Pada penelitian terdahulu membahas tentang peningkatan citra kota Malang sebagai destinasi wisata, serta UKM yang dibahas yaitu

[33] Sri Andayani dan Nekky Rahmiyati, Stratgei Optimalisasi Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Ponorogo, *Jurnal Of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 1 No. 2, 2020, hal 161

[34] Verniaputri Agusetyaningrum, dkk, Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 38, No 2, 2016, hal 105

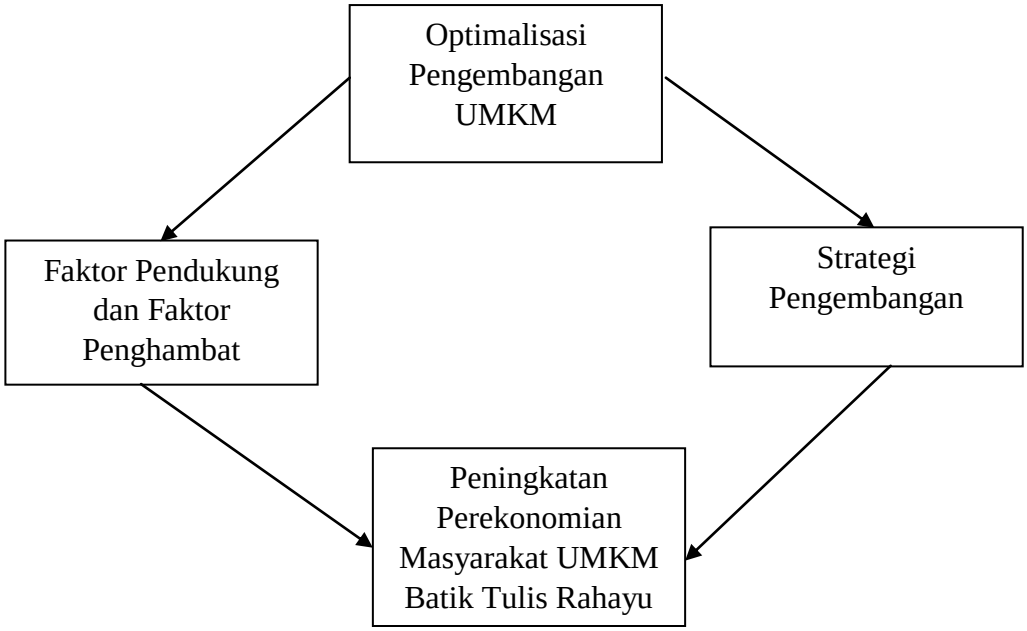
		manusia dan lahan. Faktor pendukungnya yaitu pereijinan, pemasaran dan paguyuban. Kedua strategi pengembangan UKM ini yaitu pelatihan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan dan pengembangan promosi. Ketiga, presepsi wisatawan terhadap produk yang dihasilkan dipengaruhi oleh kemasan produk dan inovasi produk.		kuliner di Kota Malang. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas juga tentang optimalisasi untuk meningkatkan perekonomian, serta yang dibahas adalah UMKM batik Rahayu di Desa Sumbergedong Kecamatan Trenggalek
7.	Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Program *Corporate Social Responsibility* Memasuki Pasar Bebas[35].	pengembangan ekonomi dilakukan dengan kemitraan kelompok UMKM dengan BUMN melalui *corporate social responsibility*	Terkait dengan pembahasan strategi pengembangan UMKM yang akan meningkatkan perekonomian dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Serta metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif.	Penelitian ini menggunakan aspek clustering, jaringan dan kelembagaan melalui CSR, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai strategi pengembangan sebagai bentuk optimalisasi dalam meningkatkan

[35] Nanang Haryanto, Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Program Corporate Social Responsibility Memasuki Pasar Bebas,*Jurnal Jejaring Administrasi Publik*, Volume 8 No 1, 2016, hal 887

				perekonomian masyarakat.

E. Kerangka Berfikir Teoritis

Optimalisasi pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat (studi kasus UMKM griya batik tulis Rahayu di Kecamatan Trenggalek). Kerangka pemikirannya sebagai berikut:



Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa dalam proses optimalisasi pengembangan UMKM yang dilakukan ada faktor pengdukung dan faktor penghambat proses tersebut. Selanjutnya setelah diketahui tentang faktor-faktor tersebut ditentukannya strategi pengembangan yang bisa menghasilkan peningkatan perekonomian masyarakat UMKM Batik Tulis Rahayu.