

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional yaitu mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta berperan dalam meningkatkan perolehan devisa dan memperkokoh struktur ekonomi nasional.¹ Menurut data statistik dari BPS, UMKM Indonesia mengalami perkembangan dirincikan dalam tabel berikut.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM Indonesia

Indikator	Satuan	2011	2012	2013
Jumlah UMKM	Unit	55.206.444	56.534.592	57.895.721
Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	101.722.458	107.657.509	114.144.082
Sumbangan PDB UMKM (harga konstan)	Rp Miliar	1.369.326,00	1.451.460,20	1.536.918,80

Sumber: www.bps.go.id

Seperti yang telah dirincikan dalam tabel 1.1 diatas bahwa UMKM di Indonesia mengalami perkembangan dan peningkatan yang cukup konsisten untuk membantu menyokong perekonomian di Indonesia. Tercatat pada tahun 2011-2013 pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan rata-rata sebesar 2,41 persen. Selain itu, seiring berkembangnya UMKM, jumlah tenaga kerja juga ikut tumbuhan mengalami peningkatan rata-rata 5,83 persen dari tahun 2011 hingga 2013. Data ini juga menunjukkan adanya kontribusi yang positif UMKM terhadap PDB daerah, *output* PDB yang disumbangkan oleh UMKM terus mengalami peningkatan dari

¹ Heru Irianto, dkk., *Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan (Sumber Elektronik)*, (Surakarta: CV. Indotama Solo, 2020), hal. 4

tahun 2011 hingga 2013 dengan rata-rata peningkatan sebesar 6,00 persen. Dengan terus meningkatnya jumlah UMKM tentunya akan meningkatkan jumlah pesaing yang secara langsung mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam berbagai sektor UMKM.

Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang secara konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik untuk terciptanya lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya dan tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, serta penggunaan modal usaha yang relatif sedikit dengan penggunaan teknologi yang cukup sederhana. UMKM masih memegang peran penting dalam perbaikan perekonomian di Indonesia, ditinjau dari segi jumlah usaha, penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM juga memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil dari pembangunan. Keberadaan sektor UMKM bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta lebih difokuskan pada UMKM.

Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah

satunya mencakup industri kreatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global.²

Dewasa ini UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh *entrepreneur* (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika sektor lain dilanda berbagai krisis keuangan global. Industri kreatif tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang bersumber pada kegiatan yang digerakkan oleh industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian bakat dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual adalah harapan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.³

Ekonomi kreatif di berbagai negara berperan besar dalam menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesempatan kerja. Meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, bahkan sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Melalui pengembangan ekonomi kreatif, negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Cina, dan negara-negara di Eropa telah memperoleh dan menikmati kekayaan baru yang berlipat ganda. Berbagai penemuan baru seperti *microsoft operating system*, mesin pencari *google* dan *yahoo*, aplikasi perangkat lunak (*software*) pada produk *blackberry* serta berbagai produk dari *Apple* (*mac, ipad, iphone, dan ipod*) telah memberikan sumbangan besar dalam ekonomi Amerika bahkan melebihi hasil ekspor pesawat terbang otomotif. Produk-produk tersebut telah

² Peraturan Menteri No. 13/PER/M.KUKM/XII/2011 Tahun 2011 tentang *Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik (E-Procurement) di Lingkungan Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

³ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Bandung: Salemba Empat, 2013), hal. 14

menghasilkan pendapatan yang mengalir tanpa batas dan tanpa henti, setiap waktu, setiap saat, setiap menit dan setiap detik.⁴

Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana (*fashion*), video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya.

Di Kabupaten Trenggalek ekonomi kreatif mulai dikembangkan pada tahun 2014 dengan meluncurkan program TRENGGALEK “Trengginas Galang Ekonomi” guna merangsang pengembangan ekonomi kreatif sebagai produk-produk unggulan daerah. Program ini diprioritaskan untuk sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang tersebar di berbagai kecamatan.

Bukan hanya pada sektor pertanian dan perikanan yang menjadi sumber penghasilan utama masyarakat Trenggalek, sektor perkebunan, industri kecil dan aneka kerajinan masyarakat juga terus didorong sebagai potensi ekonomi kreatif. Sosialisasi program “Trengginas Galang Ekonomi” tersebut telah dilaksanakan dengan melibatkan puluhan perwakilan kelompok tani, kelompok masyarakat dan wirausaha mandiri di daerah tersebut.⁵

Menuju *Trenggalek Creative network* dan dalam rangka mendorong dan mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi daerah, Pemkab Trenggalek juga menggelar *Forum Group Discussion* (FGD) pengembangan ekonomi kreatif pada tahun 2018, yang meruakan langkah awal dan salah satu wujud Pemkab menuju *Trenggalek creative network*. Forum diskusi ini dihadiri kurang lebih 100 peserta mulai dari

⁴ *Ibid...*, hal. 16

⁵ Tunggul Susilo, “Trenggalek Rangsang Pengembangan Ekonomi Kreatif Unggulan Daerah” dalam <https://jatim.antaranews.com/berita/132060/trenggalek-rangsang-pengembangan-ekonomi-kreatif-unggulan-daerah>, Diakses pada 13 Mei 2020, Pukul 14.00

pelaku usaha atau komunitas terpilih di Kabupaten Trenggalek, *stakeholder* maupun OPD yang terkait.

Forum diskusi ini dipimpin langsung oleh Bapak H. Moch. Arifin (yang pada saat itu menjabat sebagai wakil Bupati Kabupaten Trenggalek) dengan menghadirkan narasumber dari Ketua *Surabaya Creative Network* (SCN) Bapak Hafshoh Mubarak. Dalam forum diskusi ini peserta diperkenankan berbagi tentang permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing subsektor ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Trenggalek.⁶

Tabel 1.2
Banyaknya Industri Kecil dan Kerajinan Rakyat di Kabupaten Trenggalek
Tahun 2013-2014

No.	Jenis Industri	2013		2014	
		Industri Kecil	Industri Kerajinan Rakyat	Industri Kecil	Industri Kerajinan Rakyat
1.	Industri Rokok	8	-	8	-
2.	Industri Kerupuk	9	910	9	850
3.	Industri Kue/Roti	4	13	4	35
4.	Industri Kecap	-	-	1	1
5.	Industri Meubel	68	610	69	610
6.	Industri Pandai Besi	1	65	1	65
7.	Industri Gula (tebu/kelapa)	-	1,152	-	1,152
8.	Industri Tahu	7	250	7	250
9.	Industri Tempe	-	-	-	1,7
10.	Industri Genteng	134	1,6	134	1,65
11.	Industri Batu Merah	1	4,85	1	4,85
12.	Industri Tegel	2	16	2	25
13.	Industri Minyak Kelapa	-	25	-	25
14.	Industri Anyaman Bambu	-	6,501	1	6,375
15.	Industri Peralatan Rumah tangga	4	100	4	150

⁶ DISKOMINFO Trenggalek, "Menuju Trenggalek *Creative Network*, Pemkab Trenggalek Gelar FGD Pengembangan Ekonomi Kreatif" dalam <https://trenggalekkab.go.id/kategori?page=369>, Diakses pada 13 Mei 2020, Pukul 14.00

16.	Industri Lain-lain	222	7,504	225	5,49
Jumlah/Total		458	23,596	466	23,228

Sumber Data: Web Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Trenggalek

Data pada tabel diatas menunjukkan jumlah industri kecil dan kerajinan rakyat yang ada di Kabupaten Trenggalek pada periode tahun 2013 dan 2014. Berdasarkan data tersebut terlihat jika industri kecil yang berada di Kabupaten Trenggalek tidak ada yang meningkat secara signifikan bahkan ada yang cenderung menurun. Untuk meningkatkan produktifitas para pelaku indusutri kecil dan kerajinan tangan tersebut, Pemerintah Kabupaten Trenggalek ikut melaksanakan program pemerintah pusat yang saat ini tengah dibangun, yaitu konsep ekonomi baru yang mengikuti perkembangan teknologi dan mengedepankan pada ide dan inovasi baru yang disebut ekonomi kreatif.

Produk-produk kreatif dari Kabupaten Trenggalek yang telah terdaftar pada portal ekonomi kreatif Jawa Timur diantaranya adalah: Bambu Indah (seni kriya), Kucur Tanjung (seni kriya), Jamur Mantan (kuliner), Batik Rara (fashion), Ayam Lodho Pak Yusuf (kuliner), Mata Ikan Fotografi Studio (fotografi). Serta salah satu bidang fashion yang menonjol, batik tulis khas Trenggalek yang memiliki potensi luar biasa dalam meningkatkan geliat UMKM. Pada acara *Trenggalek Job Fair 2019* yang telah diselenggarakan pada bulan Juli lalu, ketua Dekranasda Kabupaten Trenggalek, Novita Hardini menyampaikan harapannya pada para pekerja yang bergelut di bidang batik tulis. Beliau berharap masyarakat Trenggalek mendukung terciptanya kembali ekonomi kreatif agar bisa terlaksana secara optimal.

Berikut daftar UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek yang telah terdaftar di POREKRAF JATIM:

Tabel 1.3
Daftar UMKM Kabupaten Trenggalek yang Terdaftar pada
Portal Ekonomi Kreatif Jawa Timur s/d Tahun 2020

No.	Lokasi UMKM	Sektor Industri Kreatif			
		Kuliner	Kerajinan	Fashion	Fotografi
1.	Kec. Gandusari	-	1	-	-
2.	Kec. Kampak	-	-	1	-
3.	Kec. Trenggalek	1	-	-	1
4.	Kec. Tugu	-	1	-	-
5.	Kec. Pogalan	1	-	-	-
	Jumlah	2	2	1	1

Keterangan Tabel:

1. Industri kerajinan Bambu Indah Craft terletak di Desa Wonoanti, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Trenggalek
2. Industri fashion batik asli Trenggalek (batik dengan ciri khas warna alam) Batik RaRa terletak di Desa Bendoagung, Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek
3. Usaha kuliner kekinian Jamur Mantan terletak di Kelurahan Sumbergedong, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek
4. Usaha bidang jasa Mata Ikan *Photography Studio* terletak di Kelurahan Ngantru, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek
5. Industri kerajinan jaranan Kucur Tanjung terletak di Desa Prambon, Kecamatan Tugu, Kabupaten Trenggalek
6. Usaha kuliner khas Trenggalek Ayam Lodho Pak Yusuf terletak di Desa Kedunglurah, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek

Dalam upaya mengembangkan UMKM yang dimiliki, Pemerintah Kabupaten Trenggalek juga menyediakan fasilitas serta pelayanan yang menunjang keberlangsungan UMKM. Pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) merupakan upaya

Pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk memfasilitasi pelaku usaha agar lebih mudah dalam mendaftar serta mendapatkan ijin usaha.

Selain itu, Pemerintah Kabupaten Trenggalek juga memfasilitasi UMKM untuk mempromosikan serta memasarkan produknya melalui bazaar UMKM yang secara rutin diselenggarakan. UMKM dari Kabupaten Trenggalek juga beberapa kali turut berpartisipasi dalam berbagai event dan beberapa kali pula mendapatkan penghargaan, hal ini menunjukkan jika produk-produk lokal dari Kabupaten Trenggalek mulai dikenal dan diakui.

Hal tersebut tak lepas dari campur tangan serta peran Pemerintah Kabupaten Trenggalek yang gencar melaksanakan program-programnya salah satunya dari sektor perekonomian. Melalui upaya-upaya serta fasilitas dari Pemerintah Kabupaten tersebut, para pelaku usaha berharap ranah pemasaran produk akan menjadi semakin luas dan tidak hanya terbatas pada kalangan tertentu saja. Sehingga dapat meningkatkan penjualan serta pendapatan bagi para pelaku usaha.

UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek dipilih dalam penelitian ini karena ekonomi kreatif yang dijalankan dianggap mampu mengembangkan sumberdaya manusia yang berbekal pada ilmu pengetahuan dan kreatifitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif. UMKM kreatif juga diharapkan dapat memberikan dampak positif tentang ciri khas lokal Kabupaten Trenggalek. Oleh karena itu penulis mengambil judul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Trenggalek Berdasarkan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangannya”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian konteks penelitian di atas maka fokus pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek?

2. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif berdasarkan aspek kekuatan, kelemahan, ancaman dan tantangan pada UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka perlu adanya solusi dari permasalahan tersebut. Sehingga, untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini, peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk mengetahui aspek-aspek kekuatan, kelemahan, ancaman dan tantangan dalam menentukan strategi pada UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek.

D. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi masalah yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut :
 - a. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek?
 - b. Bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek berdasarkan aspek kekuatan, kelemahan, ancaman dan tantangannya?
2. UMKM yang saat ini dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Trenggalek memiliki cakupan yang luas. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian hanya pada :
 - a. Strategi untuk mengembangkan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek.

- b. Strategi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek berdasarkan aspek kekuatan, kelemahan, ancaman serta tantangann.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ekonomi kreatif di perguruan tinggi dan masyarakat pada umum
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif
- c. Penelitian ini diharapkan berguna bagi orang lain yang berminat melakukan penelitian lebih luas lagi dalam mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM
Dari penelitian ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM sehingga mampu mengembangkan usahanya
- b. Bagi Pemerintah Kabupaten Trenggalek
Dari penelitian ini diharapkan pemerintah daerah Kabupaten Trenggalek dapat terus berperan serta dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek untuk kedepannya
- c. Bagi Peneliti
Sebagai tambahan informasi dan disiplin ilmu, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Untuk memperjelas judul, maka perlu adanya penegasan istilah sebagai berikut:

a. Konsep Strategi

Manajemen strategis adalah keputusan dan tindakan manajerial terkait dengan kinerja jangka panjang organisasi. Manajemen strategis berperan penting dalam meningkatkan kinerja organisasi. Melalui strategi yang terancang dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan laba, menguasai pangsa pasar, menciptakan keunggulan kompetitif, serta meningkatkan kemakmuran.⁷

b. Pengembangan

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.⁸

c. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Mengacu pada pendapat Tulus Tambunan, UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha di semua sektor ekonomi. Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ada 3 jenis usaha UMKM, yaitu usaha kuliner, *fashion*, seni, dan agribisnis.⁹

⁷ Hery, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Grasindo, 2018), hal. 2

⁸ Republik Indonesia, *Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Bab 1, Pasal 1

⁹ Xavier Nugraha, dkk., *Iuris Muda: Bunga Rampai Ilmu Hukum*, (Yogyakarta: Harfeey, 2019), hal. 31

d. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi pada era ekonomi baru yang berusaha mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif mencakup kegiatan masyarakat yang mengutamakan inovasi alam untuk menggerakkan kegiatan ekonomi.¹⁰

e. Aspek Kekuatan Kelemahan Peluang dan Tantangan dalam Usaha

Dalam suatu perusahaan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, dan tantangan yang dihadapi diperlukan untuk menyusun perencanaan strategis dalam suatu organisasi. Analisis tersebut merupakan kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang organisasi.¹¹

2. Definisi Operasional

Secara operasional dapat ditegaskan bahwa penelitian ini akan meneliti terkait dengan strategi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pelaku usaha dapat menjadi pengusaha yang tangguh, serta dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang ada di Kabupaten Trenggalek. Disini penulis juga menjelaskan beberapa faktor yang menjadi pendukung serta faktor penghambat apa saja yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

¹⁰ Harnida Gigih Aryanti, dkk., *Kewirausahaan*, (Klaten: Cempaka Putih, 2015), hal. 38

¹¹ Slamet Riyanto, Muh. Nur Luthfi Aziz, dan Andi Rahman Putera, *Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hal. 25

G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas pada sistematika pembahasan penelitian terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, penulis menyusun sistematika pembahasan skripsi kedalam enam bab susunan, yaitu:

BAB I Pendahuluan, pada bab pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang penelitian yang menjadi objek penelitian, dan alasan pengambilan judul tersebut. Dalam pendahuluan ini dibagi menjadi tujuh sub bab, yaitu konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini mengemukakan konsep/teori yang melandasi dalam penelitian. Dalam kajian pustaka ini dibagi menjadi lima sub bab, yaitu konsep strategi, pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), ekonomi/industri kreatif, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam metode penelitian ini dibagi menjadi delapan sub bab, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab ini menguraikan paparan data atau hasil temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari observasi, wawancara mendalam, dan deskripsi informasi lainnya.

BAB V Pembahasan, Pada bab ini berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang telah ada.

BAB VI Penutup, pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil pembahasan, serta saran yang diharapkan akan memberi masukan, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik lagi.