

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks persaingan global yang semakin terbuka seperti sekarang ini, banyak tantangan yang harus dihadapi. Setiap negara harus bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumber daya masing-masing. Negara-negara yang unggul dalam sumber dayanya akan memenangkan persaingan. Sebaliknya negara-negara yang tidak memiliki keunggulan bersaing dalam sumber daya akan kalah dalam persaingan dan tidak akan banyak mencapai kemajuan. Negara-negara yang memiliki keunggulan bersaing adalah negara-negara yang dapat memberdayakan sumber daya ekonominya (*economic empowering*) dan memberdayakan sumber daya manusianya (*resources empowering*) secara nyata. Sumber-sumber ekonomi dapat diberdayakan apabila sumber daya manusia memiliki keterampilan kreatif dan inovatif.¹ Hal ini mengharuskan pengusaha untuk berpikir kreatif dan inovatif untuk menunjang kelangsungan usahanya agar mampu bersaing di pasaran.

Ketika krisis ekonomi menerpa dunia otomatis memperburuk kondisi ekonomi di Indonesia. Kondisi krisis terjadi periode tahun 1997 hingga 1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca

¹ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 52

krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau sebesar 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit adalah usaha berskala besar. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. Salah satu sektor yang terpengaruh dari pertumbuhan UMKM adalah sektor jasa perbankan yang ikut terpengaruh, sebab hampir 30% usaha UMKM menggunakan modal operasional dari perbankan.²

Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai peranannya yang riil dalam perekonomian. Mulai dari sharenya dalam pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga pada sharenya yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total yang mencapai 18,72%. Disamping itu keberadaan dari UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan dimana melalui pemberdayaan UMKM

² Yuli Rahmini Suci, *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.6 No. 1 Januari 2017, hal. 51, dalam <https://media.neliti.com/media/publications/58432-ID-none.pdf>, pada 3 November 2017 pukul 16.00 WIB

yang telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami bangsa Indonesia. Meskipun kita sadari bersama bahwa UMKM kurang mendapatkan perhatian di Indonesia sebelum krisis pecah pada tahun 1997. Namun demikian, sejak krisis ekonomi melanda Indonesia (yang telah meruntuhkan banyak usaha besar) sebagian besar UKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya meningkat dengan pesat, perhatian pada UMKM menjadi lebih besar, kuatnya UMKM juga didukung oleh struktur permodalannya yang lebih banyak tergantung pada modal sendiri (73%), 4% dari bank swasta, 11% bank pemerintah, dan 3% pemasok.³

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian. Menempatkan UMKM sebagai sasaran utama pembangunan daerah harus dilandasi komitmen dan koordinasi yang baik antara pemerintah daerah, pebisnis dan lembaga non bisnis serta masyarakat setempat dengan memberi dukungan positif terhadap pengembangan sumber daya manusia (pelatihan kewirausahaan), permodalan serta strategi dalam pemasaran. Selain itu, UMKM juga telah membukakan lapangan pekerjaan yang dibutuhkan oleh angkatan kerja. Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa dengan adanya UMKM maka dapat mengurangi pengangguran di suatu wilayah. Hal ini juga memberikan pilihan bagi mereka yang belum memiliki pekerjaan untuk mendirikan usaha. Ini akan memicu

³ Idris Yanto Niode, *Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*, Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS. Volume 2, Nomor 1/Januari 2009, issn 1979-1607. LPPEB FIS-UNG, diambil dari <http://repository.ung.ac.id/get/kms/9446/Jurnal-SEKTOR-UMKM-DI-INDONESIA-Profil-Masalah-Dan-Strategi-Pemberdayaan.pdf> , pada 3 November 2017 pukul 16.10 WIB

lahirnya pengusaha-pengusaha muda yang memiliki kemauan kuat dalam berwirausaha. Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Jawa Timur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Timur 2017

No	Keterangan	Jumlah	Persen
1	Usaha Mikro	6.533.694	95.72%
2	Usaha Kecil	261.827	3.84%
3	Usaha Menengah	30.410	0.45%
Total UMKM		6.825.931	100.00%

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Jawa Timur tahun 2017 sebanyak 6.825.931 unit usaha. dari jumlah tersebut, sebagian besar tergolong sebagai usaha mikro yakni sebanyak 6.533.694 unit usaha (95,72 persen), sebesar 3,84 persen atau 261.827 unit usaha sebagai usaha kecil, dan 0,45 persen atau 30.410 unit tergolong sebagai usaha menengah. Di kabupaten Trenggalek tercatat ada 143.455 unit UMKM yang terbagi dalam beberapa sektor diantaranya: sektor pertanian berjumlah 106.239 unit usaha, sektor pertambangan dan penggalian berjumlah 851 unit usaha, sektor industri pengolahan berjumlah 13.327 unit usaha, 141 unit usaha pada sektor konstruksi, 17.978 unit usaha pada sektor perdagangan hotel dan restoran, 1.342 unit usaha pada sektor transportasi, 66 unit usaha pada sektor keuangan, dan 3.601 unit usaha pada sektor jasa-jasa.⁴

⁴ Diskopukm Jawa Timur, *Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Timur Menurut Sektor dan Kabupaten/Kota*, Sumber: <http://diskopukm.jatimprov.go.id/download.php?id=82>, diakses Tanggal 11 November 2017, Pukul 10.20 WIB

Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu daerah pegunungan yang terletak di bagian selatan Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki ratusan UKM yang tersebar di berbagai kecamatan maupun desa dengan aneka macam produk komoditas yang tidak bisa dianggap remeh. Yang memiliki potensi daerah diantaranya: potensi bisnis hasil perkebunan seperti cengkeh, kopi, ketela pohon, umbi-umbian, jagung, kakao, sayuran, serta aneka macam buah misalnya : durian, mangga, alpukat, belimbing, pisang, manggis, dll ; potensi industri kerajinan seperti aneka macam souvenir, pengrajin genteng; potensi industri makanan seperti alen-alen, tempe keripik, kue maco, sale pisang; potensi industri perikanan seperti hasil tangkapan laut berupa cumi-cumi, ikan tuna, ikan makarel, dan rumput laut, masyarakat Trenggalek mengandalkan potensi pantai Prigi, pantai Pelang, dan pantai Konang. Sedangkan untuk hasil perikanan air tawar yang biasa dipasarkan adalah ikan lele, ikan gurame dan ikan nila.⁵ Desa Suruh merupakan salah satu desa di kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek. Yang sebagian besar daerahnya merupakan pegunungan dan memiliki potensi daerah yang harus dimanfaatkan dengan baik. Kegiatan perokonomian warganya berpusat di Pasar Legi Desa Suruh yang merupakan satu-satunya pasar di wilayah tersebut. Para pelaku usaha di desa Suruh juga mampu menciptakan produk-produk unggul yang bisa bersaing dengan daerah lainnya. Jumlah UMKM yang ada di desa Suruh dapat dilihat pada tabel 1.2:

⁵ Bisnis UKM, *Potensi Daerah Trenggalek Ramaikan Pasar Internasional*, Diambil dari: <https://bisnisukm.com/potensi-daerah-trenggalek-ramaikan-pasar-internasional.html>, pada Tanggal 12 November 2017, Pukul 16.40 WIB

Tabel 1.2
Jumlah UMKM di Desa Suruh Tahun 2017

No	Jumlah UMKM	Alamat
1	10 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 01 RW. 01
2	2 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 02 RW. 01
3	6 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 03 RW. 01
4	2 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 04 RW. 02
5	1 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 05 RW. 02
6	1 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 06 RW. 03
7	1 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 07 RW. 03
8	5 unit usaha	Dsn. Panjen RT. 08 RW. 03
9	4 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 09 RW. 04
10	5 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 10 RW. 04
11	1 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 11 RW. 04
12	8 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 12 RW. 05
13	5 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 13 RW. 05
14	2 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 14 RW. 05
15	21 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 15 RW. 06
16	4 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 16 RW. 06
17	2 unit usaha	Dsn. Jatirejo RT. 17 RW. 06
18	4 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 18 RW. 07
19	3 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 19 RW. 07
20	3 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 20 RW. 08
21	2 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 21 RW. 08
22	3 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 22 RW. 09
23	13 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 23 RW. 09
24	5 unit usaha	Dsn. Krajan RT. 24 RW. 09
25	3 unit usaha	Dsn. Gading RT. 25 RW. 10
26	5 unit usaha	Dsn. Gading RT. 26 RW. 10
27	2 unit usaha	Dsn. Gading RT. 27 RW. 10
28	1 unit usaha	Dsn. Gading RT. 28 RW. 10
29	5 unit usaha	Dsn. Gading RT. 29 RW. 11
30	2 unit usaha	Dsn. Gading RT. 30 RW. 11
31	4 unit usaha	Dsn. Gading RT. 31 RW. 11
Total	135 unit usaha	

Sumber: Kantor Desa Suruh, 2017

Pada tabel 1.2 menjelaskan bahwa desa Suruh memiliki 4 Dusun yang terdiri dari 31 RT dan 11 RW. Di desa Suruh terdapat 135 UMKM yang tersebar di 31 RT tersebut. Jumlah UMKM terbanyak ada di RT 15 yaitu

sebesar 21 UMKM. Hal ini disebabkan daerah tersebut dinilai strategis karena berada di dekat Pasar.⁶

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memang tidak bisa diragukan lagi, namun disisi lain UMKM juga menghadapi permasalahan seperti keterbatasan modal, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah dan strategi pemasaran yang kurang tepat. Tingginya persaingan membuat pelaku usaha harus mampu menghadapi tantangan dengan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi pengaruh besar bagi UMKM yaitu dengan meningkatkan permodalan, pengembangan kualitas SDM, serta melakukan promosi yang tepat dan perluasan area pemasaran. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan UMKM.

Modal merupakan aspek penting dalam melakukan usaha. Jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Keterbatasan modal usaha merupakan masalah yang paling dominan ditemukan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pada umumnya pelaku UMKM menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya. Modal yang terbatas membuat bahan baku untuk produksi sedikit. Hal tersebut menyebabkan sedikitnya produk yang dapat dijual dan rendahnya keuntungan. Keuntungan usaha ini berpengaruh

⁶ Pemerintah Desa Suruh, *Jumlah UMKM di Desa Suruh Tahun 2017*, Sumber: Kantor Desa Suruh, pada Tanggal 1 Maret 2018 pukul 10.31 WIB

pada penyerapan tenaga kerja. Pelaku UMKM juga dihadapkan pada masalah sulitnya akses pada lembaga yang dapat memberikan pinjaman dana untuk tambahan modal usaha.⁷ Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

Dalam mengembangkan usaha, tentunya sangat diperlukan untuk meningkatkan permodalan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Tak sedikit pemilik usaha yang berencana untuk mengembangkan usahanya harus terhambat karena permasalahan modal. Memang modal bukanlah satu-satunya hal yang menjadi pertimbangan dalam mengelola usaha. Namun modal pastinya memiliki andil yang sangat besar untuk kesuksesan usaha. Pada kenyataannya modal tidak hanya dibutuhkan pada saat awal mula berdirinya suatu perusahaan saja bahkan saat perusahaan sudah berjalan, suntikan modal juga dibutuhkan untuk mengembangkan suatu usaha. Maka bisa dikatakan kekuatan modal menentukan besar kecilnya sebuah bisnis. Sangat sulit menaikkan omzet penjualan tanpa ada penambahan modal.

⁷ Azkiyyatus Syariifah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Laporan Studi Pustaka, Institut Pertanian Bogor, 2015

Sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi keluaran dalam rangka pencapaian strategi dan tujuan yang telah diterapkan oleh organisasi. Tanpa individu yang memiliki keahlian atau komponen, maka mustahil bagi organisasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia inilah yang membuat sumber daya lainnya dapat berjalan⁸. Kualitas sumber daya manusia adalah sumber daya yang memiliki kompetensi baik dari aspek fisik maupun aspek intelektual. Mereka yang kompeten tentunya dapat mengelola usahanya dengan baik. Dengan itu usaha yang dijalankan akan lebih berkembang. Kinerja suatu organisasi sangat ditentukan oleh sumber daya manusia yang berada di dalamnya. Apabila sumber daya manusianya memiliki motivasi tinggi, kreatif dan mampu mengembangkan inovasi, kinerjanya akan menjadi semakin baik. Oleh karenanya diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin

⁸ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 20

kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan.⁹

Dalam dunia usaha pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian pula sebaliknya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.¹⁰ Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh pelaku usaha. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup usaha itu sendiri. Oleh karenanya kreativitas dan inovasi diperlukan untuk bisa menguasai pangsa pasar. Dengan demikian usaha yang dijalankan akan berkembang.

Peran pemerintah dalam perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga sangat dibutuhkan. Para pelaku usaha perlu didorong oleh pemerintah, melalui program-program seperti pelatihan-

⁹ Dimas Hendika Wijaya dkk, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)*, Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1172/1462>, pada tanggal 29 April 2017, pukul 15.20 WIB

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 158

pelatihan, bantuan permodalan, serta dibukakan akses pemasarannya. Kebanyakan pelaku usaha di Trenggalek berasal dari masyarakat yang tidak menguasai dan paham mengenai manajemen, kewirausahaan, strategi pemasaran, teknologi, dan inovasi untuk mengembangkan usahanya. Mereka terjun langsung dalam pengelolaan usahanya tanpa menguasai hal-hal tersebut. Oleh karenanya pelaku usaha ini perlu pengembangan, pelatihan bahkan pemberdayaan dari pemerintah setempat.

Usaha-usaha yang ada di desa Suruh masih belum bisa berkembang secara maksimal dilihat dari segi pendapatan yang diperoleh, cara pengelolaan usaha, serta daerah pemasaran yang masih relatif kecil yaitu hanya sebatas daerah desa Suruh saja. Oleh karenanya diperlukan modal, kualitas SDM, dan strategi pemasaran yang tepat agar usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di desa Suruh dapat lebih berkembang. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di desa Suruh dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran terhadap Pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor modal usaha sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

Namun kenyataannya pelaku usaha masih kesulitan untuk memperoleh

modal. Dan langkah yang mereka tempuh biasanya meminjam modal dari pihak luar yang tentunya dengan bunga yang tidak sedikit. Hal ini justru akan menambah masalah dan menghambat perkembangan usaha.

2. Kualitas sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Namun di lapangan masih banyak pelaku usaha yang tidak memiliki kemampuan dan keahlian yang dibutuhkan untuk mengembangkan usahanya. Maka pengembangan, pemberdayaan dan pelatihan sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menciptakan SDM yang unggul.
3. Strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Biasanya kebanyakan pelaku usaha masih belum memperhatikan faktor ini. Seperti pemilihan lokasi usaha yang tidak strategis, penentuan harga yang tidak tepat, kualitas produk yang rendah, serta tidak melakukan promosi dengan baik.
4. Faktor modal, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap pengembangan UMKM.

C. Rumusan Masalah

Agar dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini terfokus pada ruang lingkup penelitian, maka peneliti membatasi permasalahan pada judul yaitu “Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan

Suruh Kabupaten Trenggalek“. Maka rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Apakah modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek?
2. Apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek?
4. Apakah modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek.

2. Untuk menguji apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek.
3. Untuk menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek.
4. Untuk menguji apakah modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh kabupaten Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Sebagai bahan penilaian dan informasi bagi pelaku UMKM dalam mengelola usahanya agar usaha yang dijalankan dapat berkembang.
 - b. Memberikan gambaran sejauh mana modal usaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran mempengaruhi pengembangan UMKM di desa Suruh Kabupaten Trenggalek.
 - c. Untuk memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh modal usaha, kualitas SDM, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM.
 - d. Untuk memberikan informasi bagi pembaca dan bahan rujukan penelitian yang akan mengembangkan penelitian sejenis.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi akademisi diharapkan penelitian dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang berkaitan dengan modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran terhadap pengembangan UMKM.
- b. Bagi institusi, dapat memberikan input khususnya bagi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- c. Bagi pihak lain, dapat memberikan kontribusi dan pemahaman bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengenai konsep modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran yang dibutuhkan dalam pengembangan usahanya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup hanya berfokus pada variabel *independent* dan variabel *dependent*, dalam penelitian ini variabel independennya yaitu Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran. Sedangkan variabel dependennya yaitu pengembangan UMKM.

Keterbatasan penelitian hanya berfokus pada judul yaitu “Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran terhadap Pengembangan UMKM di Desa Suruh Kecamatan Suruh Kabupaten Trenggalek”.

G. Penegasan Istilah

1. Konseptual

Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan yang akan dianalisis lebih lanjut yaitu variabel modal usaha, kualitas SDM, strategi pemasaran, dan pengembangan usaha yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Modal menduduki tempat yang spesifik. Dalam masalah modal, ekonomi islam memandang modal harus bebas dari bunga. Yang dimaksud dengan modal adalah barang-barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi. Modal menurut pengertian ekonomi adalah barang atau hasil produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk lebih lanjut.¹¹ 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 yang menambah kekayaan.¹²
- b. Kualitas Sumber Daya Manusia menyangkut banyak aspek yaitu aspek sikap mental, perilaku, aspek kemampuan, aspek intelegensi, aspek agama, aspek hukum, aspek kesehatan, dan sebagainya. Sumber daya

¹¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Hlm. 111

¹² 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 dari <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/231/227>, pada 21 Desember 2017, Pukul 16.40

manusia adalah kekuatan daya pikir atau daya cipta manusia yang tersimpan dan tidak dapat diketahui dengan pasti kapasitasnya.¹³

- c. Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.¹⁴
- d. 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

2. Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Definisi operasional sendiri merupakan pengertian menurut peneliti.

Modal usaha merupakan bagian penting dalam perusahaan, yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang digunakan dalam menjalankan usaha. Kualitas sumber daya manusia adalah mutu sumber daya manusia yang menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik dan non fisik berupa kemampuan bekerja, berpikir, dan keterampilan-keterampilan lain.

¹³ Budhii Yanto, *Kualitas Sumber Daya Manusia*, 2013, diambil dari: <http://www.budhii.web.id/2013/07/kualitas-sumber-daya-manusia.html?m=1>, pada tanggal 1 Oktober 2017, pukul 08.15 WIB.

¹⁴ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2002) hal. 153

¹⁵ Harris Fadilah, *Pengembangan Usaha*, 2012, diambil dari: <https://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/>, pada tanggal 1 Oktober 2017, Pukul 08.40 WIB

Strategi pemasaran merupakan proses suatu perusahaan dalam memilih dan menganalisa pasar sasaran mulai dari penentuan harga, penentuan pasar, promosi yang dilakukan, hingga kualitas produk yang dijual. Pengembangan usaha merupakan kemampuan suatu perusahaan agar dapat berkembang menjadi lebih baik yang dilakukan bertahap hingga usaha yang dijalankan lebih maju lagi.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan skripsi disajikan dalam 6 (enam) BAB adalah sebagai berikut:

BAGIAN AWAL

Bagian ini memuat tentang halaman sampul depan, halaman sampul, lembar persetujuan pembimbing, lembar persetujuan, lembar pengesahan, kata pengantar, daftar isi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini yang di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan berbagai teori mengenai variabel-variabel penelitian yang terdiri dari: (a) teori yang membahas variabel/sub variabel

pertama, (b) teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, (c) dan seterusnya (jika ada), (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual, (f) hipotesis penelitian (jika diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling, dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, (e) analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat skripsi singkat hasil penelitian terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis)

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan pembahasan data penelitian dan hasil analisis data

BAB VI PENUTUP

Bagian penutup terdiri dari: (a) kesimpulan, dan (b) saran

BAGIAN AKHIR

Bagian akhir terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup