

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Pengertian UMKM

Menurut UU No. 20 tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sebuah negara dikatakan maju dapat dilihat dari beberapa sisi, salah satu sisinya adalah kesejahteraan masyarakatnya. 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 (Tambunan, 2019)

Menurut Halim (2020), UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan menggunakan bahan baku utama berbasis pada sumber daya lokal. UMKM ini dijalankan oleh individu, kelompok, rumah tangga, maupun badan usaha kecil yang memiliki peran strategis dalam perekonomian masyarakat

Menurut Adi M. Kwartono (2021), UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah kegiatan ekonomi atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih atau keuntungan tidak lebih dari Rp200.000.000, tidak termasuk aset tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha. Definisi ini menekankan batasan modal dan keuntungan sebagai kriteria utama UMKM.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu

berdasarkan modal, kekayaan bersih, atau skala usaha. UMKM berperan penting dalam perekonomian masyarakat karena memproduksi barang dan jasa dengan memanfaatkan sumber daya lokal.

2.1.2 Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kriteria sebagai berikut:

- a Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik`orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1 Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - 2 Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1 Memiliki 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.
 - 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).
- c Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria: (Tambunan, 2019)

2.1.3 Ciri-ciri UMKM

Mardikanto (2022) dalam penelitiannya mengenai pengembangan UMKM, usaha mikro memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a Skala Usaha Kecil Usaha mikro umumnya dijalankan oleh individu atau keluarga, dengan modal yang sangat terbatas dan omset tahunan yang rendah, biasanya kurang dari Rp 300 juta.
- b Manajemen Sederhana Pembukuan atau pencatatan keuangan umumnya tidak dilakukan dengan baik. Jika ada, pencatatan tersebut sangat sederhana dan lebih bersifat informal.
- c Sumber Daya Manusia (SDM) Pemilik usaha mikro dan tenaga kerjanya umumnya memiliki tingkat pendidikan rendah, bahkan hanya tamat sekolah dasar. Keahlian mereka pun terbatas pada keterampilan praktis yang diperoleh melalui pengalaman kerja.
- d Legalitas Usaha Tidak Jelas Usaha mikro sering kali tidak memiliki izin usaha yang sah dan tidak terdaftar secara legal. Banyak yang tidak memiliki NPWP
- e Tenaga Kerja Terbatas Biasanya usaha mikro mempekerjakan kurang dari 5 orang, dan sebagian besar pekerja adalah anggota keluarga.
- f Hubungan dengan Keuangan Usaha mikro umumnya tidak mengenal bank atau lembaga keuangan formal. Mereka lebih sering berhubungan dengan renternir atau tengkulak dalam mencari modal.

Menurut Suyanto (2022), ciri-ciri usaha kecil sebagai berikut:

- a Pembukuan yang Lebih Baik Usaha kecil mulai memiliki pembukuan yang lebih tertata, meskipun masih sederhana. Pembukuan sudah memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.
- b SDM yang Lebih Terampil Pada usaha kecil, tingkat pendidikan tenaga kerja umumnya lebih tinggi, setidaknya berpendidikan SMA. Pemilik

usaha dan pekerjanya sudah memiliki pengalaman dalam berbisnis.

- c Legalitas yang Tertata Sebagian besar usaha kecil telah memiliki izin usaha, termasuk NPWP dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Meskipun demikian, beberapa usaha kecil masih mengalami kesulitan dalam memenuhi semua persyaratan legalitas.
- d Modal dan Omzet yang Meningkat Usaha kecil mulai memiliki modal lebih besar dibandingkan usaha mikro dan omset mereka berada di kisaran Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar per tahun.
- e Hubungan dengan Bank Usaha kecil mulai berhubungan dengan lembaga keuangan formal seperti bank. Mereka sudah dapat mengajukan pinjaman atau kredit untuk pengembangan usaha.
- f Jumlah Tenaga Kerja Usaha kecil biasanya mempekerjakan antara 5 hingga 20 orang karyawan.
- g Peningkatan Organisasi Usaha kecil sudah mulai memiliki struktur organisasi yang lebih teratur, meski masih dalam tahap yang sederhana.

Menurut Supriyanto (2022) memiliki ciri-ciri yang lebih maju dan terstruktur, di antaranya:

- a Manajemen yang Terorganisir Usaha menengah memiliki sistem manajemen yang lebih baik dan terorganisir. Pembagian tugas dan tanggung jawab antar bagian sudah jelas, seperti bagian keuangan, produksi, dan pemasaran.
- b Pembukuan dan Akuntansi yang Teratur Usaha menengah sudah menggunakan sistem akuntansi yang lebih kompleks dan teratur. Pembukuan dilakukan secara rutin, dan laporan keuangan dapat diaudit atau diperiksa oleh pihak ketiga, seperti bank atau auditor.
- c SDM dengan Pendidikan Tinggi Tenaga kerja pada usaha menengah umumnya memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, kebanyakan sudah lulusan perguruan tinggi. Keterampilan mereka juga lebih beragam dan profesional.
- d Legalitas dan Perizinan Lengkap Usaha menengah sudah memiliki

seluruh izin usaha dan persyaratan legalitas yang lengkap, seperti SIUP, NPWP, dan izin lainnya. Mereka juga mematuhi regulasi perpajakan dengan baik.

- e Modal dan Omzet yang Signifikan Usaha menengah memiliki modal yang lebih besar dengan omzet tahunan yang bisa mencapai Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar. Mereka juga sudah memiliki akses ke lembaga keuangan formal seperti bank dan lembaga pembiayaan.
- f Jumlah Tenaga Kerja Lebih Banyak Usaha menengah biasanya mempekerjakan lebih dari 20 orang, dengan struktur organisasi yang lebih berkembang.
- g Akses Pasar Lebih Luas Usaha menengah mulai memperluas jangkauan pasar baik secara lokal, nasional, bahkan internasional, tergantung pada jenis usaha.

2.1.4 Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahanterhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Resalawati (2016) mengemukakan klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

- 1 *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sector informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- 2 *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3 *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- 4 *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar

(UB).

2.1.5 Karakteristik UMKM

Menurut Tambunan (2019) karakteristik yang melekat pada UMKM merupakan kelebihan dan kekurangan UMKM itu sendiri. Beberapa kelebihan yang dimiliki UMKM adalah sebagai berikut:

a. Daya tahan

Motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya karena tersebut merupakan satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.

b. Padat karya

Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, usaha kecil lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki dari pada penggunaan mesin - mesin sebagai alat produksi.

c. Keahlian khusus

UMKM di Indonesia banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian khusus tersebut biasanya dimiliki secara turun-temurun. Selain itu, produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.

d. Jenis produk

Produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kultur, yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah. Keterkaitan dengan sektor pertanian UMKM di Indonesia pada umumnya masih bersifat *agricultural based* karena banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi yang tinggi.

e. Permodalan

Pada umumnya, pengusaha kecil menggantungkan dirinya pada uang (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja.

Kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya dialami oleh UMKM adalah adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis, keterbatasan penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas, serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar.

2.1.6 Akses Pembiayaan UMKM

Kurangnya akses pembiayaan merupakan hambatan utama bagi pertumbuhan dan pengembangan UMKM karena lembaga Keuangan formal atau komersial ragu untuk mengucurkan pinjaman kepada mereka. Lembaga keuangan formal menganggap jaminan yang diberikan oleh pengusaha kecil tidak layak. Hal ini dikarenakan keadaan produksi sering kali beresiko dan tidak stabil sehingga dapat berakibat pada kegagalan pelunasan kredit. Lembaga keuangan formal atau komersial lebih cenderung menyalurkan kredit kepada perusahaan yang berskala besar dan beresiko rendah. Hal ini terjadi karena adanya pengendalian tingkat bunga dan pemberian pinjaman oleh perantara-perantara keuangan di kebanyakan negara yang sedang berkembang. Ketika lembaga keuangan formal atau komersial menyalurkan kredit ke pengusaha kecil maka intensif yang diterima tidak besar.

Hal ini dikarenakan biaya administrasi dan prosedural yang dikeluarkan tidak sebanding dengan nilai kredit yang diberikan (Arsyad, 2018). Masalah akses dalam memperoleh pinjaman semakin diperburuk oleh kenyataan bahwa usaha-usaha kecil dikelola oleh orang-orang yang hanya mendapatkan pendidikan dasar selama beberapa tahun saja. Ada kemungkinan bahwa orang-orang dengan tingkat pendidikan seperti itu tidak memiliki

keberanian untuk meminta bantuan keuangan kepada lembaga pemberi pinjaman. Jika faktor kurangnya pendidikan tersebut tetap ada, maka akses untuk memperoleh pinjaman bagi pengusaha kecil berpendapatan rendah perlu ditingkatkan.

2.1.7 Lembaga Keuangan Mikro

Secara luas, Lembaga Keuangan Mikro (LKM) didefinisikan sebagai penyedia jasa keuangan bagi pengusaha kecil, mikrobahkan usaha menengah. Pada umumnya LKM memberikan jasa keuangan dalam bentuk kredit. Dalam kegiatannya, LKM melakukan penghimpunan dana (*saving*) yang digunakan sebagai prasyarat kredit (Hadinoto dan Djoko, 2017). Selain menghimpun dana dan menyalurkan kredit, ada 3 tujuan umum yang ingin dicapai oleh LKM. Pertama, menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan melalui penciptaan / pengembangan usaha mikro. Kedua, meningkatkan produktivitas dan pendapatan kelompok - kelompok yang rentan terutama perempuan dan orang-orang miskin. Ketiga, mengurangi ketergantungan masyarakat pedesaan terhadap panen yang beresiko gagal melalui diversifikasi kegiatan yang dapat menghasilkan pendapatan (Arsyad, 2018).

LKM memiliki 4 karakteristik yang menjadi kelebihan dibanding bank-bank modern. Pertama, LKM memiliki informasi yang lebih baik tentang para nasabahnya. Informasi tentang nasabah diperoleh dari hubungan dengan lingkungan sekitar atau komunitas yang ada. Hal tersebut dapat mengurangi biaya informasi yang dikeluarkan. Kedua, biaya administrasi yang harus dikeluarkan lebih rendah karena pekerjaan administrasi yang lebih sederhana. Ketiga, tingkat bunga LKM dapat disesuaikan dengan kehendak pasar. Keempat, LKM tidak memiliki kewajiban pencadangan modal seperti yang diterapkan pada bank komersial modern (Arsyad, 2018).

Berdasarkan tingkat formalitasnya, LKM dapat dikelompokkan menjadi 3 bentuk. Pertama, LKM formal yang terdiri dari lembaga keuangan yang disahkan oleh pemerintah, terikat oleh peraturan dan pengawasan pemerintah atau bank sentral. Kedua, LKM semi formal yang terdiri dari

lembaga yang tidak diatur otoritas perbankan tetapi terdaftar dan memperoleh izin dari pemerintah. Ketiga, LKM informal yang terdiri dari perantara yang beroperasi di luar kerangka pengaturan dan pengawasan pemerintah (Arsyad, 2018).

Salah satu bentuk LKM formal yang berbentuk non bank adalah perum pegadaian. Perum pegadaian telah menjadi alternatif pembiayaan bagi para pengusaha kecil. Hanya dengan membawa barang yang akan digadaikan dan Kartu Tanda Penduduk (KTP), nasabah bisa mendapatkan pinjaman sesuai dengan nilai taksiran barang gadai. Proses pencairan pinjaman yang cepat dan prosedur yang tidak berbelit-belit membuat pegadaian semakin diminati banyak orang. Meskipun saat ini pegadaian tidak lagi identik dengan masyarakat kecil yang membutuhkan uang, namun pada dasarnya misi dari perum pegadaian adalah membantu pemerintah dalam pembangunan ekonomi melalui pemberian kredit skala kecil bagi masyarakat berpenghasilan rendah atas dasar hukum gadai (Hadinoto dan Djoko, 2017).

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) merupakan salah satu bentuk LKM semi formal. Dengan prinsip dasar menghimpun dan menyalurkan kredit ke masyarakat, sebenarnya KSP memiliki kekuatan untuk memfasilitasi para anggotanya yang membutuhkan bantuan modal usaha. Berkembangnya KSP akan membantu pengembangan kegiatan usaha skala kecil dan menengah. Eksistensi KSP sendiri dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu legal, kinerja usaha dan kepercayaan anggota. Ketiga faktor tersebut saling terkait satu sama lain, sehingga adanya ketidak beresan pada salah satu faktor tersebut akan membuat kinerja KSP menjadi kurang baik (Hadinoto dan Djoko, 2017)

2.1.8 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Sudirman (2021) menekankan bahwa kekuatan UMKM ada pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dan bertahan dalam berbagai kondisi pasar:

- a Skalabilitas Usaha UMKM memiliki potensi untuk berkembang secara

organik dan dapat diperluas seiring waktu, meskipun diawali dengan modal kecil. Dengan kemampuan berinovasi dan adaptasi yang tinggi, UMKM bisa berkembang menjadi usaha besar.

- b Pemberdayaan Masyarakat UMKM sering kali mengandalkan tenaga kerja lokal, sehingga dapat berperan dalam pemberdayaan masyarakat sekitar. Dengan demikian, mereka berkontribusi pada pengentasan kemiskinan di tingkat lokal.
- c Keberagaman Produk UMKM menawarkan berbagai produk dan layanan yang beragam, memenuhi segmen pasar yang lebih luas dan lebih niche. Hal ini memberi UMKM keunggulan kompetitif dalam menghadapi bisnis besar yang cenderung fokus pada produk massal.

Menurut Sudirman (2021) Kelemahan UMKM yaitu:

- a Kurangnya Dukungan Pemerintah Meskipun banyak kebijakan yang mendukung UMKM, sering kali implementasinya tidak merata dan tidak cukup mendalam. Hal ini menghambat pertumbuhan UMKM secara signifikan.
- b Ketergantungan pada Teknologi Tradisional Banyak UMKM yang masih menggunakan teknologi lama, baik dalam produksi maupun distribusi. Ini mengurangi efisiensi dan daya saing mereka dibandingkan dengan perusahaan yang menggunakan teknologi modern.
- c Peraturan yang Rumit Walaupun banyak UMKM yang sudah memiliki legalitas usaha, sering kali mereka kesulitan untuk mengikuti peraturan yang berlaku, terutama yang berkaitan dengan pajak dan standar operasional lainnya.
- d Keterbatasan Inovasi Meskipun UMKM dikenal inovatif, banyak di antara mereka yang masih mengandalkan produk-produk tradisional tanpa banyak perubahan atau pengembangan produk yang lebih modern.

2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM

2.2.1 Faktor Pendukung

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menurut Airlangga

Hartarto (2022) merupakan hasil analisis mendalam terhadap kondisi ekonomi nasional, kebijakan pemerintah, dan kemajuan teknologi. Ada beberapa hal yang mendukung keberhasilan UMKM diantaranya yaitu:

1) Dukungan pemerintah

pemerintah telah melaksanakan berbagai program yang secara nyata mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM. Bentuk dukungan tersebut mencakup penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan suku bunga ringan, bantuan langsung tunai untuk pelaku usaha mikro, serta pelatihan dan pendampingan usaha. Ia menyampaikan bahwa program-program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, daya saing, dan ketangguhan usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Dalam konteks ini, kebijakan pemerintah menjadi instrumen penting yang menopang pengembangan sektor usaha kecil dan menengah.

2) Kemajuan teknologi

memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong transformasi dan pertumbuhan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Ia menekankan bahwa digitalisasi adalah salah satu kunci utama untuk membuat UMKM naik kelas, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi global dan memanfaatkan peluang pasar digital yang semakin luas.

2.2.2 Faktor Penghambat

Menurut Sari (2019) UMKM perlu meningkatkan kapasitas internal melalui pelatihan dan manajemen yang baik serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan eksternal agar dapat bertahan dan berkembang.

1) Faktor Internal UMKM

a Keterbatasan Modal

Modal yang terbatas menghambat UMKM dalam pengembangan usaha, pembelian bahan baku, dan investasi alat produksi.

b Manajemen yang Lemah

Kurangnya kemampuan dalam mengelola usaha secara efektif, termasuk perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian.

c Keterampilan Tenaga Kerja

SDM yang kurang terampil dan minimnya pelatihan menyebabkan produktivitas rendah.

d Pemasaran Terbatas

Kesulitan dalam memasarkan produk, baik dari segi jaringan distribusi maupun promosi.

e Produksi Terbatas

Kapasitas produksi yang kecil dan teknologi yang kurang memadai.

2) Faktor Eksternal UMKM

a Persaingan Pasar yang Ketat

Banyaknya pelaku usaha sejenis membuat persaingan semakin sulit.

b Regulasi Pemerintah

Kebijakan yang kurang mendukung atau birokrasi yang rumit dapat menghambat perkembangan UMKM.

c Akses Teknologi

Terbatasnya akses terhadap teknologi modern mengurangi daya saing produk UMKM.

d Kondisi Ekonomi Makro

Fluktuasi ekonomi, inflasi, dan kondisi pasar global yang tidak stabil mempengaruhi keberlangsungan UMKM

2.2.3 Strategi UMKM

Menurut Turmono, Anisa Nur Fadilah, dan Fahri Rizal Fadli (2021) strategi UMKM adalah serangkaian langkah atau rencana yang dirancang dan diterapkan oleh pelaku UMKM untuk menghadapi tantangan bisnis, meningkatkan daya saing. berikut merupakan strategi utama UMKM :

1. Pemanfaatan e-commerce
untuk memperluas saluran penjualan dan menjangkau konsumen secara lebih luas.
2. Pemasaran digital
sebagai alat promosi yang efektif dan efisien melalui media sosial dan platform digital lainnya.
3. Peningkatan kualitas produk dan layanan
agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Optimasi pemasaran hubungan pelanggan
untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan sehingga tercipta loyalitas.

2.3 Pemberdayaan Masyarakat

2.3.1 Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Peningkatan kesejahteraan masyarakat, dapat diterapkan berbagai pendekatan, salah satu diantaranya adalah pemberdayaan masyarakat. Pendekatan pemberdayaan masyarakat bukan hal yang sama sekali baru, tetapi sebagai strategi dalam pembangunan relatif belum terlalu lama dibicarakan. Istilah keberdayaan dalam konteks masyarakat adalah kemampuan individu yang bersenyawa dengan individu-individu lainnya dalam masyarakat untuk membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan. Memberdayakan masyarakat adalah upaya memperkuat unsur-unsur keberdayaan itu untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang berada dalam kondisi tidak mampu dengan mengandalkan kekuatannya sendiri sehingga dapat keluar dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan, atau proses memampukan dan memandirikan masyarakat (Anwar, 2017).

Istilah pemberdayaan adalah terjemahan dari istilah asing *empowerment*. Secara leksial, pemberdayaan berarti penguatan. Secara teknis, istilah pemberdayaan dapat disamakan atau setidaknya diserupakan dengan istilah pengembangan. Bahkan dua istilah ini, dalam batas-batas tertentu bersifat *interchangeable* atau dapat dipertukarkan.

Dalam istilah lain, pemberdayaan atau pengembangan atau tepatnya pengembangan sumber daya manusia adalah upaya memperluas horizon pilihan bagi masyarakat. Ini berarti masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya. Dengan memakai logika ini, dapat dikatakan bahwa masyarakat yang berdaya adalah yang dapat memilih dan mempunyai kesempatan untuk mengadakan pilihan-pilihan.

Dengan paparan sederhana di atas, jelaslah bahwa proses pengembangan dan pemberdayaan pada akhirnya akan menyediakan sebuah ruang kepada masyarakat yang dapat memajukan pilihan-pilihan. Sebab, manusia atau masyarakat yang dapat memajukan pilihan-pilihan dan dapat memilih dengan jelas adalah masyarakat yang punya kualitas

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan strategis dalam membangun yang bertujuan untuk memperkuat kemampuan individu dan kelompok dalam masyarakat agar dapat mandiri dan keluar dari kondisi kemiskinan serta keterbelakangan. Pemberdayaan bukan hanya sekadar penguatan, tetapi juga memperluas pilihan dan kesempatan bagi masyarakat untuk mengambil keputusan yang bermanfaat bagi dirinya sendiri. Dengan demikian, masyarakat yang diberdayakan adalah masyarakat yang memiliki kualitas, kemampuan, dan kebebasan untuk memilih serta mengembangkan potensi dirinya demi peningkatan kesejahteraan dan harkat martabatnya.

2.3.2 Proses Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah proses yang memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan kontrol atas sumber daya ekonomi mereka,

sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan secara mandiri. Robert Chambers (2019) Proses ini meliputi:

- 1 Partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program ekonomi.
- 2 Penguatan kapasitas lokal, seperti pelatihan keterampilan dan pengembangan usaha mikro.
- 3 Akses terhadap sumber daya dan pasar, termasuk akses modal, teknologi, dan informasi.
- 4 Pengembangan jaringan sosial dan kelembagaan untuk mendukung kegiatan ekonomi.

2.3.3 Tahap-tahap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

pemberdayaan yang berfokus pada pengembangan potensi lokal , serta menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dan kolaborasi lintas sektor. Nugroho, A. (2021) Berikut adalah penjelasan rinci tahap-tahap pemberdayaan ekonomi masyarakat:

a Identifikasi Potensi dan Masalah Masyarakat

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dan analisis terhadap potensi sumber daya yang dimiliki masyarakat serta masalah ekonomi yang dihadapi. Tujuannya untuk memahami kondisi awal dan kebutuhan masyarakat secara spesifik.

b Perencanaan dan Penyusunan Program

Berdasarkan hasil identifikasi, dibuat rencana program pemberdayaan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat. Melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam merancang program agar sesuai dengan aspirasi mereka.

c Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas

Masyarakat diberikan pelatihan keterampilan, pengetahuan manajemen usaha, dan pengelolaan sumber daya. Tujuannya agar masyarakat mampu mengelola usaha ekonomi secara mandiri.

d Pelaksanaan Program Pemberdayaan

Implementasi program yang telah direncanakan, seperti pembentukan kelompok usaha, pemberian modal usaha, atau pengembangan produk lokal. Pendampingan terus dilakukan untuk memastikan keberhasilan program.

e Monitoring dan Evaluasi

Dilakukan pengawasan dan evaluasi terhadap pelaksanaan program untuk mengukur dampak dan efektivitasnya. Hasil evaluasi digunakan untuk perbaikan program ke depan.

f Pengembangan dan Penguatan Jaringan

Membangun jejaring dengan pihak lain seperti pemerintah, swasta, dan lembaga keuangan untuk mendukung keberlanjutan usaha masyarakat. Memperluas akses pasar dan sumber daya.

2.3.4 Pelaku Usaha UMKM

menurut Sari dan Wibowo (2021) adalah individu atau kelompok yang menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pelaku ini meliputi pengusaha mikro yang biasanya usaha skala rumah tangga, pengusaha kecil yang sudah memiliki struktur usaha lebih terorganisir, serta pengusaha menengah yang memiliki kapasitas produksi dan modal lebih besar. Mereka berperan aktif dalam perekonomian lokal dengan ciri khas fleksibilitas, inovasi, dan keterbatasan sumber daya dibandingkan perusahaan besar. Pelaku UMKM ini biasanya juga mengelola usaha secara mandiri dan memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja serta pengembangan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Pelaku Usaha UMKM Menurut Sari dan Wibowo (2021) :

a Individu atau kelompok pengusaha

Pelaku UMKM adalah orang perorangan atau kelompok yang menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah. Mereka bertanggung jawab langsung

dalam pengelolaan usaha dan pengambilan keputusan contohnya warung kopi kecil

b Pengusaha mikro

Biasanya menjalankan usaha skala rumah tangga dengan modal dan hasil penjualan yang relatif kecil. Contohnya adalah pedagang kaki lima, toko kelontong, atau usaha rumahan. Pengelolaan keuangan dan administrasi usaha masih sederhana dan sering bercampur dengan keuangan pribadi.

c Pengusaha kecil

Memiliki usaha yang lebih terorganisir dibandingkan usaha mikro, dengan modal dan hasil penjualan yang lebih besar. Contohnya adalah bisnis laundry, usaha katering, atau bengkel motor. Pengelolaan keuangan sudah mulai dipisahkan dari keuangan pribadi.

d Pengusaha menengah

Memiliki kapasitas produksi, modal, dan hasil penjualan yang lebih besar. Usaha ini sudah dikelola secara profesional dengan sistem administrasi dan legalitas yang lengkap. Contohnya adalah perusahaan pembuat roti, toko bangunan, atau perkebunan.

Peran pelaku usaha UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM juga berkontribusi dalam diversifikasi produk dan jasa serta memperkuat struktur ekonomi yang lebih inklusif.

2.3.5 Tujuan Pemberdayaan masyarakat

Tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian ekonomi masyarakat agar dapat mengelola sumber daya secara optimal, sehingga tercipta kesejahteraan yang berkelanjutan Sari, D. P., & Wibowo, A. (2020). Secara umum, tujuan tersebut meliputi:

- 1 Meningkatkan kapasitas dan keterampilan ekonomi masyarakat.

- 2 Mendorong kemandirian ekonomi melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)
- 3 Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial
- 4 Menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat
- 5 Membangun sistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan

2.3.6 Peran Strategi UMKM Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal

strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam proses pemberdayaan ekonomi masyarakat. serta memperkuat struktur ekonomi masyarakat lokal., Putra, A. (2017) antara lain:

1. Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat

Melalui strategi pengembangan usaha seperti peningkatan kualitas produk, efisiensi produksi, dan perluasan pasar, UMKM mampu menghasilkan keuntungan yang lebih stabil bagi pelaku usahanya.

2. Menciptakan Lapangan Kerja dan Mengurangi Pengangguran

Strategi pemberdayaan UMKM, seperti pelatihan keterampilan dan pendampingan usaha, memungkinkan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi produktif. Dengan demikian, keberadaan UMKM berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran dan setengah pengangguran di masyarakat.

3. Mendorong Kemandirian dan Ketahanan Ekonomi Masyarakat

Strategi UMKM yang berorientasi pada penguatan modal, manajemen usaha, dan akses pasar memungkinkan pelaku usaha untuk bertahan menghadapi berbagai tantangan ekonomi, seperti fluktuasi harga dan persaingan pasar.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merujuk pada kajian-kajian atau studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain, yang relevansi dan temuan-temuannya berhubungan langsung dengan topik yang sedang diteliti

Dan dibawah ini merupakan tabel yang berisi poin-poin penting mengenai beberapa kajian dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan “**Peran Strategi Umkm Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal : Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kecamatan Medan Selayang ”** yang telah dirangkum oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode	Hasil
1 .	Deby (2024) Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia (Purwokerto Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah)	Literatur	Menurut Undang-Undang Republik Indonesia tentang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada Pasal 1, disebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang tersebut
2.	Yuvika Ananda Nst (2024) Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal(Kisaran)	Kualitatif	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal di berbagai negara, termasuk Indonesia. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran vital dalam

			menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat.
3.	Zahrotul Arofah (2025) Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (Studi Di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur)	Kualitatif	Analisis strategi pemberdayaan UMKM di Kecamatan Lamongan dapat dijabarkan melalui pendekatan SWOT, yaitu mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi pelaku UMKM dalam konteks peningkatan pertumbuhan ekonomi lokal.
4.	Sri Kasnelly (2021) Peranan PemberdayaanUmkm Dalam Pemulihan Sosial Ekonomi Nasional(Kuala Tungkal, jambi)	Kualitatif	Sejak pandemi covid-19 melanda dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dilakukan oleh pemerintah pada bulan Maret tahun 2020 lalu perekonomian Indonesia mengalami penurunan akibat ruang gerak aktivitas yang terbatas
5.	Riyanthi Idayu (2021) Strategi Pengembangan	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini membahas tentang kondisi yang

	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol (Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten)		dialami oleh para pelaku UMKM pada kajian strategi sektor pengembangan di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi dilihat dari 10 (dsepuluh) aspek yaitu permodalan, produksi, teknologi, pemasaran, SDM, birokrasi, sarana dan prasaran, serta sosial dan ekonomi, Kelembagaan, Peran Dinas terkait
6.	Putri Salsabila Indrawan Lubis(2024) Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia (sumatra utara)	Literatur	UMKM secara khusus dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan output dan pangsa mereka terhadap pendapatan nasional. UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan kontributor signifikan terhadap ekspansi ekonomi.
7.	Nadiroh (2025) Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Tamansari (Kecamatan	Deskriptif Kualitatif	UMKM memberikan kesempatan bagi mereka untuk berkontribusi dalam kegiatan ekonomi tanpa mengabaikan tanggung jawab

	Sumbermalang Kabupaten Situbondo)Melalui Kerajinan Besek Bambu		domestik. Hal ini menjadi solusi bagi perempuan yang ingin memperoleh penghasilan tambahan, khususnya di wilayah pedesaan.
8.	Ediman Hulu (2025) Analisis Peran Dinas UMKM Dalam Memberdayakan UMKM di Kota Gunungsitoli	Deskriptif Kualitatif	Dinas Perindustrian dan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Gunungsitoli merupakan salah satu perangkat daerah yang dibentuk setelah Kota Gunungsitoli resmi menjadi daerah otonom pada tahun 2008. Pembentukan dinas ini bertujuan untuk mengelola dan mengembangkan sektor industri, koperasi, serta usaha kecil dan menengah di wilayah kota.
9.	Ahmad Faidlul Khabir Suwito (2024) Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Ranugedang Kabupaten Probolinggo	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan penilaian dan analisis yang dilakukan oleh para mahasiswa, ditemukan bahwa desa Ranugedang memiliki banyak potensi lokal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha

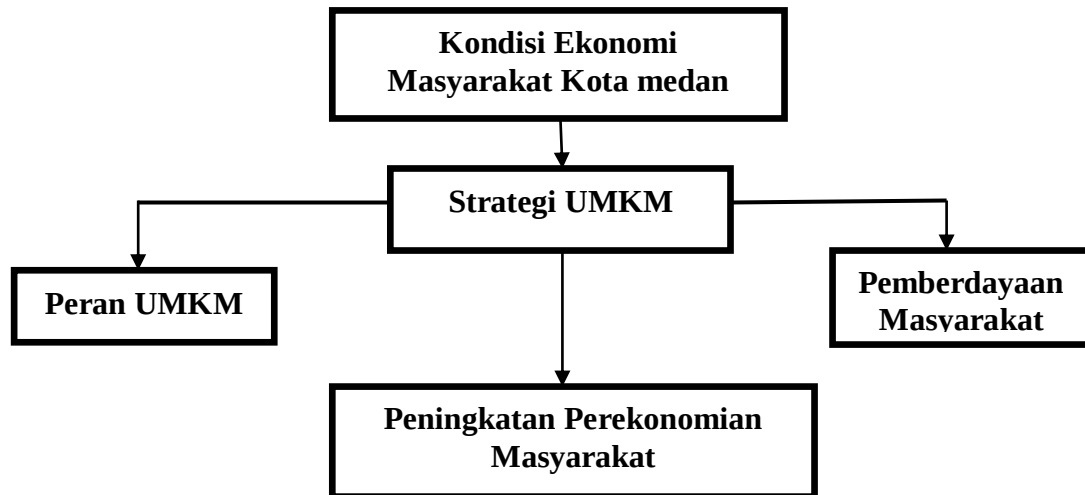
			mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah tersebut
10.	Rio Ferdinan Suryadi (2023) Peran Umkm Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus Di Indonesia ,Cirebon	Kualitatif	Berdasarkan temuan studi tersebut, Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mempunyai dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan standar hidup.

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti,2025

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan perekonomian, baik pada tingkat nasional maupun lokal. UMKM terbukti mampu menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengurangan tingkat pengangguran.

2.5 Kerangka Bepikir

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, obserfasi dan telah keperpustakaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran memuat teori,dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka pemiiran menjelaskan hubungan dan keterkaitan antara variable penelitian. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antara variable penelitian. maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Pengembangan UMKM merupakan merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat serta membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Keberadaan UMKM dalam suatu daerah dapat memberikan beberapa manfaat seperti pengembangan potensi masyarakat di kota medan.

Secara tidak langsung keberadaan UMKM juga bisa menyerap tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar sehingga dengan keberadaan UMKM bisa memberikan tambahan penghasilan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehingga keberadaan UMKM diharapkan bisa membantu ekonomi masyarakat menjadi sejahtera.