

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih
Kabupaten Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh:
Mega Dita Pradana
1717201159**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Dita Pradana

NIM : 1717201159

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi/ Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh
Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto,

Saya yang menyatakan



Mega Dita Pradana
1717201159



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang
di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **Mega Dita Pradana** NIM 1717201159 Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **25 Februari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag
NIP. 19741217 200312 1 006

Purwokerto, 02 Maret 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Ronald Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Mega Dita Pradana NIM 1717201159 yang berjudul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM
(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih
Kabupaten Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto,
Pembimbing,



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M. Ag.
NIP. 191712142003121006

MOTTO

وَلَا تَأْيِسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْيِسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ

“...dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.”

(Q.S. Yusuf: 87)



STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM

(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)

Mega Dita Pradana
NIM. 1717201159

Email: megaditap@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pembangunan ekonomi Negara, karena perkembangannya yang cukup pesat dan sumbangsuhnya terhadap kesejahteraan masyarakat. Sama halnya seperti UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih yang merupakan sumber mata pencaharian sebagian masyarakat sekitarnya. Pengembangan UMKM perlu ditingkatkan dan hambatan-hambatan dalam pengembangannya perlu diatasi agar UMKM bisa terus berkontribusi dalam perekonomian masyarakat. Perumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas? Bagaimana penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja permasalahan atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Teh Secang dan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan pada pelaku UMKM tersebut.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yaitu kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, permasalahan teknologi, kemitraan yang belum terjalin dengan baik, modal yang terbatas, manajemen usaha yang rendah dan inovasi yang tidak didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternative strategi yang dapat dilakukan UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih yakni mengembangkan jalinan usaha, mengembangkan aspek permodalan serta meningkatkan kualitas produk dan kegiatan produksi.

Kata Kunci : *Strategi, Pengembangan UMKM Teh Secang.*

MSME MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY

**(Case Study on MSMEs of Secang Tea Crafts
in Sidamulih Village, Banyumas Regency)**

Mega Dita Pradana

NIM. 1717201159

Email: megaditap@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

MSMEs make a significant contribution to the country's economic development, because of their fairly rapid development and contribution to the welfare of the community. It's the same as the Secang Tea UMKM in Sidamulih Village which is a source of livelihood for some of the surrounding community. The development of MSMEs needs to be improved and the obstacles in their development need to be overcome so that MSMEs can continue to contribute to the community's economy. The formulation of the problem in this research is how are the factors behind the implementation of the marketing development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village, Rawalo District, Banyumas Regency? How is the implementation of the marketing development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village? The purpose of this research is to find out what are the problems or obstacles faced by the SMEs of Teh Secang and to find out how to implement development strategies for these SMEs. The purpose of this research is to find out what are the problems or obstacles faced by MSME actors, and to find out how to implement the development strategy for these MSME actors.

This type of research is field research, with descriptive analysis research. Sources of data used are primary data and secondary data. By using data collection methods, namely observation, interviews and documentation.

Based on the results of the analysis that has been carried out, the results of the study stated that the factors behind the implementation of the development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village are limited human resource capabilities, technological problems, partnerships that have not been well established, limited capital, low business management and innovation that is not supported by the competence of existing human resources. The results of the study indicate that the alternative strategies that can be carried out by SMEs for Secang Tea Crafts in Sidamulih Village are developing business relationships, developing capital aspects and improving product quality and production activities.

Keywords: Strategy, Secang Tea MSME Development

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | ba' | B | Be |
| ت | ta' | T | Te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ĥ | <u>H</u> | ha (dengan garis di bawah) |
| خ | kha' | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Zal | Z | ze (dengan titik di atas) |
| ر | ra' | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Şad | <u>S</u> | es (dengan garis di bawah) |
| ض | d'ad | <u>D</u> | de (dengan garis di bawah) |
| ط | ṭa | <u>T</u> | te (dengan garis di bawah) |
| ظ | Ẓa | <u>Z</u> | zet (dengan garis di bawah) |
| ع | 'ain | ' | koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | fa' | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | 'el |
| م | Mim | M | 'em |
| ن | Nun | N | 'en |
| و | Waw | W | W |
| ه | ha' | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | ya' | Y | Ye |

2. Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap.

| | | |
|--------|---------|--------|
| عَدَّة | Ditulis | 'iddah |
|--------|---------|--------|

3. *Ta'marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis *h*.

| | | | | | |
|----------|---------|--------|----------|---------|--------|
| حِلْمَةٌ | Ditulis | Hikmah | جِزْيَةٌ | Ditulis | Jizyah |
|----------|---------|--------|----------|---------|--------|

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

| | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|
| كِرَامَةُ الْاَوْلِيَاءِ | Ditulis | <i>Karâmah al-auliyâ</i> |
|--------------------------|---------|--------------------------|

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

| | | |
|-------------------|---------|----------------------|
| زَكَاةُ الْفِطْرِ | Ditulis | <i>Zakât al-fitr</i> |
|-------------------|---------|----------------------|

4. Vokal pendek

| | | | |
|---|---------|---------|---|
| َ | Fathah | Ditulis | a |
| ِ | Kasrah | Ditulis | i |
| ُ | dhammah | Ditulis | u |

5. Vokal panjang

| | | | |
|----|-----------------------|---------|-------------------|
| 1. | Fathah + alif ditulis | Ditulis | A |
| | جَاهِلِيَّةٌ | Ditulis | <i>jâhiliyyah</i> |
| 2. | Fathah + ya' mati | Ditulis | A |
| | تَنْسٌ | Ditulis | <i>tansa</i> |
| 3. | Kasrah + ya' mati | Ditulis | I |
| | كَرِيمٌ | Ditulis | <i>karîm</i> |
| 4. | Dammah + wawu mati | Ditulis | U |
| | فَرَوْضٌ | Ditulis | <i>furûd</i> |

6. Vokal rangkap

| | | | |
|----|--------------------|---------|-----------------|
| 1. | Fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| | بَيْنَكُمْ | Ditulis | <i>bainaqum</i> |
| 2. | Fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| | قَوْلٌ | Ditulis | <i>Qaul</i> |

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

| | | |
|----------|---------|----------------|
| أَنْتُمْ | Ditulis | <i>a'antum</i> |
| أَعَدْتُ | Ditulis | <i>u'iddat</i> |

8. Kata sandang alim+lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

| | | |
|------------|---------|-----------------|
| الْقِيَاسُ | Ditulis | <i>al-qiyâs</i> |
|------------|---------|-----------------|

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

| | | |
|------------|---------|----------------|
| السَّمَاءُ | Ditulis | <i>as-samâ</i> |
|------------|---------|----------------|

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

| | | |
|------------------|---------|----------------------|
| ذَوَى الْفُرُوضِ | ditulis | <i>zawi al-furûd</i> |
|------------------|---------|----------------------|

PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang yang paling saya sayangi dan cintai yaitu kedua orang tua saya Bapak Darmawan Winardi dan Ibu Sangidah, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian do'a beserta curahan kasih sayang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, panjang umur dan selalu diberikan rezeki yang barokah.
2. Kedua saudara kandung saya tersayang, yaitu Aditya Bima Saputra dan Novella Winardi, terima kasih atas iringan do'a dan dukungannya yang juga tiada henti untuk saya, semoga Allah SWT selalu memberkahimu.
3. Mbah yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan tak pernah lelah untuk mendoakan saya.
4. Terima kasih dan hormat *ta'dzimku*, kupersembahkan untuk Abah Roqib selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Terima kasih dan hormat *ta'dzimku*, kupersembahkan untuk dosen-dosenku atas semua bekal yang telah diberikan untukku.
6. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah D Angkatan 2017 yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada *Nabiyullah* Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu membantu perjuangan beliau dalam menegakkan *Dinullah* di muka bumi ini. Atas perjuangan beliau, sahabat-sahabat beliau dan pejuang Islam lainnya, pada detik ini kita umat-Nya masih bisa merasakan indahnya persaudaraan antar sesama. Pada detik ini pun masih bisa menikmati indahnya perjuangan, pergerakan dan totalitas. Perjuangan dan pergerakan untuk terus bisa bermanfaat untuk orang lain. Totalitas dalam berkarya dan menjalankan segala amanah yang telah di tanggungjawabkan kepada kita selaku umat-Nya.

Dengan selesainya penelitian ini pastinya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag, Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag, Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. H. Slamet Akhmadi, M.S.I. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
9. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M. Ag. selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Segenap Dosen dan seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Orang tua tercinta serta keluarga. Terima kasih atas motivasi, bimbingan, do'a dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatiannya dan kasih sayang yang telah kalian berikan sampai saat ini.
13. Mbah tercinta terima kasih atas nasehat-nasehat yang telah diberikan.
14. Teman-teman seperjuangan Kelas Ekonomi Syari'ah D Angkatan 2017 yang telah memberikan cerita, dukungan dan motivasi.
15. Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin selaku Pemilik UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kec. Rawalo, Kab. Banyumas yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
16. Sahabat seperjuangan saya Ghaliyah Kusuma Wardani, Tuhfatul Khasanah, Zulfa'izah Munjaziyah, Nurannisa, dan Afrianto terima kasih sudah memberikan cerita susah senang, motivasi, dukungan, do'a dan bimbingannya.
17. Eka Dedy Setiawan, terimakasih telah bersedia menemani dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
18. Sedulur KOPMA Satria Manunggal yang turut serta mendukung perjuangan

saya dari awal semester dan berbagai cerita dan pengalaman.

19. HRD dan Rekan Kerja Sembada Gold yang turut memberikan doa dan semangatnya.
20. Dan semua pihak yang telah membantu saya dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

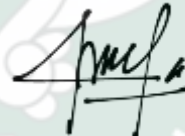
Semoga semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari betul bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangannya. Oleh karena itu juga penulis terbuka dengan kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhirnya, marilah kita senantiasa berikhtiar dan memohon kepada Allah SWT agar membuka pintu rahmat bagi kita, sehingga kita selalu berada di jalan yang diridhoi-Nya. Penulis berharap semoga skripsi ini memberi manfaat, baik untuk penulis pada khususnya dan semua pihak pada umumnya, Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 25 Februari 2022

Penulis.



Mega Dita Pradana
NIM. 1717201159

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN | ii |
| PENGESAHAN..... | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | viii |
| PERSEMBAHAN..... | xi |
| KATA PENGANTAR | xii |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xix |

BAB I : PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Definisi Operasional | 8 |
| C. Rumusan Masalah | 10 |
| D. Tujuan Penelitian | 11 |
| E. Manfaat Penelitian | 11 |
| F. Kajian Pustaka | 12 |
| G. Sistematika Pembahasan | 20 |

BAB II : LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| A. Ruang Lingkup Strategi Pengembangan UMKM | 21 |
| 1. Pengertian Strategi Pengembangan UMKM | 21 |
| 2. Upaya Pengembangan Usaha Mikro | 27 |
| 3. Perencanaan Pengembangan Usaha Mikro | 28 |
| 4. Tahapan Strategi Pengembangan | 29 |
| 5. Pentingnya Strategi Pengembangan..... | 32 |
| B. Usaha Mikro Kecil Menengah..... | 32 |
| 1. Pengertian UMKM..... | 32 |
| 2. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional | 33 |
| 3. Peran UMKM Berbasis Budaya Lokal..... | 36 |
| 4. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah..... | 41 |
| 5. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah | 42 |
| 6. Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah..... | 43 |
| 7. Hambatan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah | 43 |
| C. Usaha-Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam..... | 44 |
| 1. Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam..... | 44 |
| 2. Karakteristik UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam..... | 45 |
| 3. Hambatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam | 47 |

| | |
|---|----|
| BAB III : METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 50 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 50 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian..... | 51 |
| D. Sumber Data | 51 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 52 |
| F. Teknik Analisis Data | 53 |
| G. Uji Keabsahan Data | 55 |
| | |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 56 |
| 1. Sejarah Singkat Berdirinya UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo | 56 |
| 2. Profil Pribadi Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin | 57 |
| 3. Perkembangan UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo | 57 |
| 4. Penghambat Perkembangan UMKM di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo | 58 |
| B. Faktor-Faktor yang Melatar Belakangi Penerapan Strategi Pengembangan UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Rawalo | 63 |
| C. Faktor yang Menghambat Pengembangan UMKM Teh Secang Menurut Perspektif Ekonomi Islam | 70 |
| | |
| BAB V : PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 79 |
| B. Saran..... | 80 |
| C. Penutup..... | 80 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu..... 12



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data UMKM di Jawa Tengah | 4 |
| Gambar 1.2 Data UMKM per Kabupaten di Jawa Tengah | 5 |
| Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data | 54 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Foto Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 Surat-Surat

- 3.1 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- 3.2 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- 3.3 Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- 3.4 Surat Bimbingan Skripsi
- 3.5 Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
- 3.6 Surat Keterangan Lulus Seminar
- 3.7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- 3.8 Surat Permohonan Ijin Riset Individual
- 3.9 Surat Rekomendasi Ujian Munaqasyah
- 3.10 Blangko/Kartu Bimbingan
- 3.11 Surat Keterangan Wakaf

Lampiran 4 Sertifikat-Sertifikat

- 4.1 Sertifikat. BTA-PP1
- 4.2 Sertifikat Bahasa Arab
- 4.3 Sertifikat Bahasa Inggris
- 4.4 Sertifikat Apilkom
- 4.5 Sertifikat PPL
- 4.6 Sertifikat KKN
- 4.7 Sertifikat-Sertifikat Kegiatan

Lampiran 5 Biodata Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan di setiap negara, sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Melalui pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan nasional. Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya (Faozi, 2018).

Dalam Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha dapat meliputi fasilitas dan pelaksanaan pengembangan usaha. Pemerintah pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan usaha mikro, usaha kecil, dan menengah dengan berbagai cara. (PP No. 17 Tahun 2013, cara memberdayakan UMKM) Strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan UMKM menurut Susilo dan Krisnadewara, adalah berproduksi dengan fasilitas/peralatan terbatas, berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, berproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, berproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *show-room/outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha adalah dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal, maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan. (Susilo, 2011)

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan oleh setiap negara sebab dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat contohnya dibidang industri. Salah satu sektor industri yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah sektor makanan dan minuman. Banyaknya industri yang berkembang membuat perusahaan harus dapat mengikuti dan menghadapi perubahan yang terjadi baik itu dalam bidang ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Setiap perusahaan memiliki strategi pengembangan yang berbeda dalam menghadapi perubahan. Jika perusahaan memiliki strategi yang tidak tepat maka akan mengakibatkan kesulitan bagi perusahaan tersebut dalam menghadapi tingginya tuntutan pelanggan. (Yunan, 2009 : 24)

Pertumbuhan ekonomi memerlukan periode jangka panjang. Negara akan mengalami perubahan yang sangat esensial terutama dalam struktur ekonomi negara tersebut. Perubahan itu merupakan perubahan dari ekonomi tradisional yang mengacu pada sektor pertanian ke sektor ekonomi modern yang didominasi oleh sektor industri sebagai mesin utama pembangunan. Perubahan struktur ekonomi mencakup pergeseran dari sektor pertanian ke sektor industri atau yang bisa disebut dengan industrialisasi. Proses pertumbuhan tersebut melingkupi struktur industri dari waktu ke waktu (dalam jangka panjang). Struktur ekonomi industri ditandai dengan semakin beragamnya jenis atau kelompok barang dilihat dari sifat penggunaannya, jenis kandungan inputnya atau orientasi pasarnya.

Peranan sektor industri dalam pembangunan ekonomi diberbagai negara sangat penting karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dalam hal akselerasi pembangunan. Keunggulan-keunggulan sektor industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan. Salah satu pemegang peran penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), biasanya

diikuti maupun ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja.pentingnya UMKM lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi dan sosial, yaitu mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pemberantasan kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. UMKM di Indonesia digambarkan sebagai kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern.

Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang berkontribusi andil untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Usaha ini mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Budiatmo, 2011:1). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan usaha yang berperan memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas, ikut andil dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Lalu, dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun sektor usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) juga berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Suatu usaha bisa dikatakan berkembang baik jika proses usahanya berjalan dengan lancar dengan memaksimalkan pekerja dalam suatu produktifitas yang di jalannya. Selain itu usaha kecil menengah juga perlu

lembaga/badan sertifikasi halal, bahkan di negara yang penduduk muslimnya minoritas pun telah memilikinya.

UMKM di Jawa Tengah merupakan bagian industri nasional yang memiliki peran besar terhadap perekonomian. UMKM (termasuk yang halal) di Jawa Tengah memiliki potensi yang cukup bagus untuk menghasilkan produk yang mempunyai kualitas dan siap bersaing dipasar global melalui produk yang memiliki keunggulan kompetitif yang bersertifikasi halal.

| No. | Kab/Kota | Tenaga Kerja Laki-Laki | Tenaga Kerja Perempuan | Jumlah UMKM |
|-------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------|
| 1 | Kabupaten Banjarnegara | 3543 | 245 | 2862 |
| 2 | Kabupaten Banyumas | 2209 | 409 | 8534 |
| 3 | Kabupaten Batang | 1295 | 369 | 886 |
| 4 | Kabupaten Blora | 1605 | 584 | 3489 |
| 5 | Kabupaten Boyolali | 1188 | 211 | 940 |
| 6 | Kabupaten Brebes | 2043 | 281 | 8376 |
| 7 | Kabupaten Clacap | 1887 | 309 | 2095 |
| 8 | Kabupaten Demak | 14432 | 252 | 13010 |
| 9 | Kabupaten Grobogan | 1297 | 146 | 2065 |
| 10 | Kabupaten Jepara | 3390 | 331 | 1910 |
| Total | | 135222 | 43882 | 141509 |

Gambar 1.2 Data UMKM per Kabupaten di Jawa Tengah

Salah satu kabupaten yang memiliki pertumbuhan UMKM yang cukup pesat adalah kabupaten Banyumas. Pertumbuhan UMKM di Banyumas mencapai 25 % per tahun. Usaha Mikro Kecil Menengah di Banyumas berpotensi untuk berkembang karena terdapat beberapa faktor yang mendorong kemajuan UMKM. Faktor tersebut berasal dari dalam dan dari luar. Faktor dari dalam diantaranya adanya kemauan dari pihak UMKM untuk berkembang, kemauan untuk belajar, dan keingan untuk unggul. Sedangkan faktor eksternal yang memicu perkembangan UMKM diantaranya adalah kemudahan akses kredit, perkembangan perekonomian, dan kemajuan teknologi (Handrimurtjahjo, Agustinus Dedy, 2014). Tidak semua UMKM mampu berkembang seiring perkembangan teknologi. Kendala UMKM

dalam upaya peningkatan kemampuan usahanya sangat kompleks dan berkaitan satu sama lainnya; kurangnya permodalan, masih lemahnya kemampuan manajerial dan kurangnya keterampilan dalam mengorganisir dan terbatasnya akses pemasaran (Yuli, 2017).

Kendala yang paling dominan dihadapi oleh para UMKM di Indonesia adalah faktor pembiayaan dan marketing. Sebanyak 17.50 % UMKM mendapat modal dari bank, dan 82.50 % ke lembaga Nonbank seperti Koperasi Simpan Pinjam perorangan, meminjam keluarga, modal ventura dan lain-lain (Sri Maulida, 2018). Permasalahan yang biasa dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan sekaligus menjadi kelemahannya adalah keterbatasan permodalan usaha yang dijalankan, tata kelola manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai, penguasaan teknologi terbatas, bahan baku terbatas, dan kesulitan pemasaran (Sulistia Teguh, 2012).

Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan oleh peneliti pada pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo merupakan kerajinan yang belum lama berdiri sejak Tanggal 4 Februari 2019 Sidamulih RT 03 RW 02 yang didirikan oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin. Beliau adalah pencetus pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yang cara pembuatannya masih menggunakan alat dan teknik tradisional. Teh secang merupakan minuman khas masyarakat Sumatra Selatan yang bahan utamanya dibuat dari serutan atau potongan kayu secang (batang secang). Manfaat kayu secang sebagai salah satu obat tradisional sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tanaman yang kerap dikonsumsi sebagai teh herbal atau jamu ini tidak hanya dapat menghangatkan tubuh, tetapi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Kayu secang (*caesalpinia sappan*) sudah lama diolah sebagai bahan minuman herbal yang biasa dicampur dengan aneka rempah atau dikenal dengan sebutan wedang uwuh. Batang kayu secang terlebih dahulu diserut dan dijemur agar dapat digunakan sebagai bahan minuman yang kaya manfaat bagi kesehatan.

UMKM ini sempat mengalami perkembangan yang baik dalam segi penjualan saat adanya pandemi covid-19. Para ahli kesehatan mengatakan bahwa wedang rempah salah satunya terbuat dari teh secang memiliki manfaat yang baik bagi daya tahan tubuh sehingga berpotensi untuk menangkal virus masuk kedalam tubuh manusia. Penjualan meningkat drastis pada saat itu dan memberikan angin segar terhadap pelaku usaha teh secang khususnya di Desa Sidamulih. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin sebagai peluang usaha yang cukup menjanjikan. Namun peningkatan penjualan tidak bertahan cukup lama yang menjadikan UMKM ini butuh strategi agar pemasaran mengalami peningkatan kembali. Salah satu strategi yang digunakan oleh pelaku usaha UMKM teh secang di desa Sidamulih adalah pasar yang bisa dimasuki.

Banyak faktor yang mendasari segmentasi pasar sebuah produk, pada industri ini mengklasifikasikan segmen pasar berdasarkan tingkat pendapatan, kebutuhan konsumen, maka pelaku UMKM teh secang dalam mempromosikan hasil produksinya menggunakan 2 cara yaitu secara *offline* dan *online*. Cara *offline* yang dilakukan yaitu dengan menitipkan hasil produksinya ke penjual di pasar-pasar tradisional dan ada beberapa yang dititipkan ke warung-warung warga. Sedangkan cara *online* yaitu dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram, shoope, bukalapak dan tokopedia.

Alasan Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin memilih olahan secang sebagai komoditi karena olahan secang yang mempunyai banyak manfaat sebagai kesehatan bagi tubuh dan tidak adanya pengrajin secang di Desa Sidamulih menjadi faktor beliau untuk mendirikan UMKM secang. Beliau memiliki 5 karyawan dalam proses produksi dan pemasaran dengan tugasnya masing-masing. Saat ini produksi secang masih sulit untuk berkembang, dari survey pendahuluan terdapat beberapa masalah mendasar yang menyebabkan industri kecil secang sulit berkembang antara lain masih rendahnya kualitas SDM, dalam manajemennya tidak ada pembukuan dalam usaha, permasalahan

dalam permodalan juga merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pengrajin secang karna modal yang dimiliki relatif kecil.

Disisi lain juga para pelaku usaha masih sulit mendapatkan pinjaman modal sehingga untuk mengembangkan usahanya masih mengalami beberapa kesulitan. Dalam bidang pemasaran juga masih tradisional yaitu para pembeli datang langsung ke pengolahan pabrik secang. Proses produksi biasanya didasarkan dengan jumlah pesanan yang ada, hal ini juga merugikan pengusaha karna kebanyakan pembeli yang datang adalah para tengkulak yang akan menjual barang tersebut dengan harga yang lebih mahal.

Dari latar belakang masalah diatas penting untuk dapat diteliti karena produksi teh secang yang tidak stabil, tidak sepenuhnya manajemen yang dilaksanakan, semua alat produksi masih menggunakan alat dan teknik yang tradisional sehingga penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut menjadi sebuah penelitian yang berjudul **Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Kabupaten Banyumas)**.

B. Definisi Operasional

1. Strategi Pengembangan

Menurut Umar Husen, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Umar, 2001 : 31).

Dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang

berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan (Winardi, 2015 : 140).

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

a. Usaha Mikro

adalah usaha produktif milik orang perorangan atau usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 10 orang. Kekayaan bersih/aset maksimal Rp 50 juta, dengan omset maksimal Rp 300 juta.

b. Usaha Kecil

Adalah 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 usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 30 orang. Pendapatan bersih/aset lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta, dengan jumlah omset lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 milyar.

c. Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh seorang perseorangan 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 dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sebagai mana di atur dalam undang-undang ini (UU No 20, 2008 : 16).

Memiliki karyawan dengan maksimal jumlah 300 orang.
Memiliki kekayaan bersih/asset lebih dari Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 milyar, dengan omset lebih dari Rp 2.5 milyar – Rp 50 milyar.

3. Pengrajin Teh Secang

Pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo merupakan kerajinan yang belum lama berdiri sejak Tanggal 4 Februari 2019 Sidamulih RT 03 RW 02 yang didirikan oleh Ibu Buko Pining Wedhar Prihatin. Beliau adalah pencetus pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yang cara pembuatannya masih menggunakan alat dan teknik tradisional. Teh secang merupakan minuman khas masyarakat Sumatra Selatan yang bahan utamanya dibuat dari serutan atau potongan kayu secang (batang secang). Manfaat kayu secang sebagai salah satu obat tradisional sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tanaman yang kerap dikonsumsi sebagai teh herbal atau jamu ini tidak hanya dapat menghangatkan tubuh, tetapi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Kayu secang (*caesalpinia sappan*) sudah lama diolah sebagai bahan minuman herbal yang biasa dicampur dengan aneka rempah atau dikenal dengan sebutan wedang uwuh. Batang kayu secang terlebih dahulu diserut dan dijemur agar dapat digunakan sebagai bahan minuman yang kaya manfaat bagi kesehatan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka yang akan menjadi rumusan masalahnya ialah:

1. Bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas?

2. Bagaimana penerapan strategi pengembangan pemasaran pada UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian UMKM teh secang di Desa Sidamulih Rawalo ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatar belakangi penerapan strategi UMKM di Desa Sidamulih dalam upaya mengembangkan produksi pengrajin teh secang.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan pemasaran pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian UMKM teh secang di Desa Sidamulih di Desa Sidamulih Rawalo dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk pengembangan Ilmu pengetahuan yang terkait dengan teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai manfaat yang akan diperoleh oleh pihak-pihak terkait seperti:

a. Pengrajin teh secang

Agar para pengrajin teh secang lebih rinci dalam setiap manajemennya dan lebih mengetahui tentang pemasarannya.

b. Masyarakat

Supaya masyarakat khususnya para konsumen dapat mengetahui kasiat dan manfaat teh secang untuk kesehatan.

c. Dan dinas terkait

Agar lebih memperhatikan dan dapat membantu dalam pengembangan UMKM di Desa-desa khususnya di Desa Sidamulih.

d. Bagi UMKM

Penulis berharap perusahaan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).

F. Kajian Pustaka

1. Telaah Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu uraian yang sistematis tentang keterangan yang telah dikumpulkan dari pustaka-pustaka yang berhubungan dengan penelitian dan mendukung betapa pentingnya penelitian ini dilakukan. Untuk itu, dikemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah peneliti sebagai berikut:

Tabel I.I

| No | Judul Penelitian | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|---|
| 1. | Ayie Eva Yuliana ,Dalam skripsinya yang berjudul “ Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen” | Diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama mengacu pada strategi pengembangan terhadap UMKM | Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ayie Eva Yuliana melakukan study terhadap UMKM genteng sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis teh secang. |

| | | | | |
|----|--|---|--|--|
| | | usaha. | | |
| 2. | Mira Nurmaghribah (2006), dalam skripsinya yang berjudul “(Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah <i>a focus or market niche strategy bases on lower cost</i> strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah. | Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada strategi pengembangan | Perbedaanya yaitu terletak pada pelaku usaha, pada penelitian yang dilakukan oleh Mira Nurmaghribah terletak pada jenis usaha yang cukup besar sedangkan penelitian penulis terhadap UMKM. |
| 3. | Heru Susanto, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan | Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif | Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti dengan strategi pengembang | Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada jenis UMKM yang dikembangkan . |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta” | subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran. | n terhadap UMKM. | |
| 4. | Alyas dan Muhammad Rakib, jurnal “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros”. Dalam jurnal “Sosiohumaniora , Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan strategi pengembangan dalam upaya memajukan UMKM. | Penelitian yang dilakukan oleh Alyas dan Muhammad Rakib menggunakan analisis SWOT sebagai metode penelitiannya. |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| | - 120” | digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT. | | |
| 5 | Mujib & Mastur Jurnal “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas”. Dalam Jurnal Seminar Nasional UMP 2020. | Hasil penelitian menunjukkan Aspek yang menjadi prioritas dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Banyumas yaitu aspek kewirausahaan . Berdasarkan hasil ANP, maka diperoleh prioritas alternatif strategi yang digunakan untuk memecahkan | Mengetahui permasalahan serta solusi dalam pengembangan UMKM serta strategi pengembangan UMKM untuk mencapai daya saing yang tinggi. | Penelitian yang dilakukan dalam jurnal ini menggunakan metode ANP (Analytical Network Process). |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | | permasalahan yang ada yaitu Strategi peningkatan kualitas dan kuantitas produk. | | |
| 6 | Arif Pujiyono, dkk jurnal “Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global” dalam Jurnal IJH | Strategi utama UMKM halal agar dapat menghadapi persaingan global adalah dengan cara meningkatkan sertifikasi UMKM halal, meningkatkan kualifikasi SDM UMKM halal, penggunaan teknologi modern dan tepat guna untuk memenuhi standar produk UMKM halal, memperkuat keterkaitan dengan industri (hilirisasi), diversifikasi produk UMKM halal, meningkatkan peran lembaga keagamaan dan pendidikan untuk literasi produk UMKM halal kepada | Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi perkembangan pada UMKM. | Metode yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif melalui kuesioner terstruktur, indepth interview, focus group discussion (FGD) dengan tokoh kunci (key persons) dan analisis strenghts, weaknesses, oppotunities, dan threats (SWOT). |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | masyarakat muslim, meningkatkan peran fintech untuk pembiayaan dan sertifikasi produk UMKM halal beserta pemasarannya, membangun sinergi dengan institusi terkait untuk inovasi produk UMKM halal, meningkatkan branding produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, serta memperkuat kajian fikih untuk menghasilkan produk UMKM halal. | | |
|--|--|---|--|--|

Ayie Eva Yuliana (2013), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen” diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industry kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan

teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit (Yuliana, 2013 : 87).

Mira Nurmaghribah (2006), dalam skripsinya yang berjudul “(Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah *a focus or market niche strategy bases on lower cost* strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah (Nurmaghribah, 2006 : 105).

Heru Susanto, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta” Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran (Susanto, 2016 : 103).

Yang berikutnya, yaitu jurnal tentang “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). Jurnal ini menjelaskan tentang penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros. (Alyas, 2017)

Selanjutnya, jurnal seminar nasional tentang “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas. Dalam jurnal seminar nasional ini menjelaskan mengenai strategi pengembangan UMKM untuk mencapai daya saing yang tinggi dengan menggunakan teknik ANP (Analytical Network Process). (Mujib, 2020).

2. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat digambarkan kerangka teori dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hubungan strategi pengembangan UMKM terhadap hasil dari strategi pengembangan UMKM yang diterapkan pada UMKM Teh Secang



di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas sesuai dengan teori manajemen dan pengembangan sumber daya manusia serta dikaitkan dengan kajian fiqh islam sebagaimana yang telah dianjurkan pada Al-Quran dan Hadits. Strategi pengembangan menjadi sangat penting guna menghasilkan produksi teh secang yang berkualitas serta mampu bersaing di pasaran. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM teh secang masih mengalami berbagai masalah, oleh karena itu perlu diketahui faktor pengembangan serta penerapan dalam strategi pengembangan UMKM tersebut.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, yakni sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori dan hal-hal yang membahas tentang kajian teori strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian dan jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Memuat laporan hasil penelitian tentang penyajian dan analisis data yang meliputi segala proses tentang strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

BAB V : PENUTUP

Penutup, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan, saran-saran yang merupakan rangkaian dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ruang Lingkup Strategi Pengembangan UMKM

1. Pengertian Strategi Pengembangan UMKM

a. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang berarti seni dan ilmu untuk menjadi jenderal. Bisnis harus dipandang seperti perang. Jika strateginya sudah tepat, kesalahan taktik tidak mempengaruhi sukses perusahaan secara menyeluruh. Strategi merupakan sasaran besar dan luas, taktik merupakan cara untuk mencapai sasaran kecil, taktik mudah diubah setiap saat (Prawironegoro, 2017).

Pada awalnya strategi diartikan *generalship*, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan (Setiawan Hari Purnosemo dan Zulkieflimansyah, 1999). Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi diaitkan dengan siasat yang disusun untuk menghadapi perang pemasaran dan memenangkan pertarungan. (Nurnajamuddin, 2014)

Pada awalnya konsep strategi didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategi, strategi tidak didefinisikan semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan strategis yang dibuat oleh manajemen perusahaan yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan).

Menurut Alfred Chandler, strategi adalah, “*The determination of long-term goals of an enterprise and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these*

goals". Sedangkan menurut Kenneth Andrews merumuskan strategi sebagai : *"The pattern of objectives, purposes or goals, and the major policies and plans for achieving these goals stated in such a way as to define what business the company is in or should be in and the kind of company it is or should be"*. (Solihin, Manajemen Strategik, 2012)

Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

1) Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan, gerak langkah perusahaan untuk mencapai tujuan dimasa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan dimasa lampau.

2) Strategi adalah pola (*patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is a patern*), yang selanjutnya *intended strategy*, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan.

3) Strategi adalah posisi (*position*)

Strategi ketiga menurut Mintzberg adalah *strategy is position*, yang mempromosikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi posisi cenderung melihat kebawah, yaitu ke suatu titik bidik, dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

4) Strategi adalah perspektif (*perspective*)

Strategi yang ke empat adalah perspektif. Jika point kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya

dalam perspektif cenderung lebih melihat ke dalam, yaitu ke dalam organisasi, ke atas yaitu melihat *grand vision* dari perusahaan.

5) Strategi adalah permainan (*play*)

Strategy is play adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Banyak teori yang membahas strategi yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen yang digunakan baik perusahaan besar oleh manajer maupun perusahaan kecil oleh wirausaha untuk mempertahankan perusahaannya. (Sochimim, Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik, 2016)

Menurut Chandler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth (1965), strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Menurut Porter (1985), strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. (Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, 1997) Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

Menurut Hamel dan Prahalad strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa mengingat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan inti (*core competencies*).

Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan. (Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, 2015)

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisioal tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dengan melihat beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama, pola keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan. (Arifin, Strategi Komunikasi, 1984)

b. Pengembangan

Menurut Sudarmayanti (2007), pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang atau yang akan datang dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan untuk merubah perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan dan sikap. Pengembangan merupakan proses perubahan ke arah yang lebih baik, maju atau lebih dewasa secara fisik dan umur. (Sochimin, Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik, 2016)

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Dimasa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari dua sumber, yaitu dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan. (Azis F. A., 2012)

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan

pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.

Menurut Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 butir 10, 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. (Susilawati R. F., Strategi dan Pengembangan UMKM, 2016)

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan atau pelatihan. Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

Strategi pengembangan menurut Bryson adalah strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika strategi tersebut berusaha menciptakan masa depan baru yang lebih baik. (Muhammad, 2013)

c. Strategi Pengembangan UMKM

Dalam Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha dapat meliputi fasilitas dan pelaksanaan pengembangan usaha. Pemerintah pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan usaha

mikro, usaha kecil, dan menengah dengan berbagai cara. (PP No. 17 Tahun 2013, cara memberdayakan UMKM) Strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan UMKM menurut Susilo dan Krisnadewara, adalah berproduksi dengan fasilitas/peralatan terbatas, berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, berproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, berproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *show-room/outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha adalah dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal, maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan. (Susilo, 2011)

Sedangkan menurut Rio F. Wilantara dan Susilawati ada beberapa strategi pengembangan UMKM yang bisa dilakukan untuk memperkuat daya saing UMKM nasional, diantaranya : (Susilawati R.F., Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM , 2016)

1) Stabilitas Makro Ekonomi

Tujuannya untuk menciptakan stabilitas perekonomian nasional agar terbebas dari gejolak yang akan menciptakan berbagai ketidakpastian dan kestabilan usaha UMKM. Kecenderungannya, UMKM sangat rentan terhadap setiap gejolak ekonomi.

2) Reorientasi Pendidikan Ekonomi

Tujuannya untuk melakukan koreksi terhadap sistem pendidikan ekonomi yang ada saat ini agar selaras dengan kebutuhan dan tujuan berekonomi. Membangun UMKM yang unggul membutuhkan sumber daya manusia yang unggul, dan dididik melalui proses estafet nilai dan dibekali kemampuan teknis yang memadai. Pendidikan ekonomi seyogyanya mampu memberi sinyal atas anomali yang terjadi. Hal itu hanya mungkin bila pendidikan ekonomi disandingkan dan dipadukan oleh kekuatan spiritualitas.

Dengan begitu, pembelajaran harus didasari oleh prinsip yang mengedepankan nilai-nilai ukhuwah yang mampu memberi keharmonisan, ketenangan dan keseimbangan dalam jangka panjang.

3) Meningkatkan Iklim Usaha

Tujuannya untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan, non diskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja usaha UMKM sehingga dapat mengurangi beban administratif, hambatan usaha dan biaya usaha, serta meningkatkan rata-rata skala usaha, mutu layanan perizinan/pendirian usaha dan partisipasi pemangku kepentingan dalam pengembangan kebijakan UMKM. (Susilawati R. F., Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM , 2016)

4) Peningkatan Infrastruktur

Tujuannya untuk meningkatkan ketersediaan infrastruktur, selain diyakini dapat mendukung mobilitas usaha UMKM, sekaligus sebagai salah satu solusi untuk menghadapi turbulensi ekonomi akibat perlambatan ekonomi, dengan cara memperluas kesempatan masyarakat dalam mendapatkan penghasilan. (Susilawati R. F., Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM, 2016)

5) Dukungan Kelompok Usaha Marjinal

Tujuannya untuk meningkatkan kesempatan kerja yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi disektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap melalui upaya peningkatan kapasitas usaha sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri , berkelanjutan dan siap untuk tumbuh serta bersaing. (Susilawati R. F., Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM , 2016)

2. Upaya Pengembangan Usaha Mikro

Dalam pasal 14 UU No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, dirumuskan bahwa “Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan

pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi.

Disebutkan lebih lanjut dalam pasal 15 dan 16 UU tentang usaha kecil, bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan :

- a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.
- b. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasa.
- c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan.

Dalam pasal 17 UU tentang Usaha kecil dirumuskan langkah-langkah tentang pembinaan dan pengembangan dibidang sumber daya manusia, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan
- b. Meningkatkan ketrampilan teknis dan manajerial
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultan Usaha Kecil.
- d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan usaha kecil. (Sudantoko P. A., 2002)

3. Perencanaan Pengembangan Usaha Mikro

Pada tahap awal sebelum memulai membuat sebuah konsep perencanaan pengembangan usaha kecil, baik para pemilik usaha kecil ini melakukan identifikasi terhadap usahanya, yang secara garis besar meliputi kekuatan yang dimiliki, kelemahan atau kendala apa yang dihadapi, peluang apa yang muncul yang bisa diamati, serta ancaman apa yang bisa menghambat perkembangan usaha. Adapun perencanaan pembagian pengembangan usaha adalah sebagai berikut :

- a. Pemasaran, mencakup :
 - 1) Pasar mana yang bisa dimasuki
 - 2) Produk baru apa yang bisa dikembangkan

- 3) Cara apa yang bisa dilakukan untuk mengenalkan produk
- 4) Berapa harga yang seharusnya ditetapkan untuk dapat bersaing dengan usaha yang sejenis
- 5) Pihak-pihak mana saja yang bisa diajak kerjasama untuk memasarkan produk

b. Sumber daya manusia, mencakup :

- 1) Bekal ketrampilan apa yang perlu dikembangkan
- 2) Pihak mana yang bisa diajak kerjasama untuk menambah ketrampilan, baik karyawan maupun pimpinan (pemilik)
- 3) Berapa tambahan pegawai yang diperlukan
- 4) Upaya-upaya apa yang akan dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai

c. Bidang produksi, mencakup :

- 1) Dari bahan baku yang ada, bisakah dibuat produk lain, dan kapan akan dilaksanakan
- 2) Berapa banyak produksi yang akan dibuat dimasa datang
- 3) Kapan dibutuhkan menambah pembelian peralatan produksi
- 4) Berapa banyak persediaan yang mencukupi kebutuhan tanpa berlebihan

d. Bidang permodalan, meliputi :

- 1) Kapan diperlukan tambahan modal dan seberapa besarnya
- 2) Dimana akan dapat diperoleh tambahan modal
- 3) Siapa yang perlu dihubungi, yang dapat membantu permodalan.
(Sudantoko P. A., Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil, 2002)

4. Tahapan Strategi Pengembangan

Tahapan strategi dibagi menjadi tiga tahap, yakni tahap perumusan strategi, tahap pelaksanaan strategi, dan tahap evaluasi.

a. Tahap Perumusan

Kegiatan yang dilakukan adalah melakukan kajian terhadap posisi organisasi untuk selanjutnya diputuskan rumusan strategi yang akan dilakukan sesuai dengan hasil kajian tersebut. Detailnya adalah

mengembangkan visi dan misi , mengidentifikasi posisi (peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan), menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan sejumlah strategi alternatif, dan memilih strategi terbaik untuk digunakan dalam jangka waktu lebih dari satu tahun.

1) Pernyataan Visi, Misi, dan Tujuan

Pernyataan visi adalah upaya menjawab pertanyaan “Mau menjadi seperti apakah usaha ini?”. Rumusan visi merupakan langkah pertama dalam perencanaan strategis. Adapun tujuan merupakan hasil tertentu yang ingin dicapai oleh organisasi/perusahaan dalam memenuhi misinya.

2) Analisis Internal dan Eksternal

Untuk merumuskan langkah-langkah strategis membutuhkan kajian atau audit yang merupakan kondisi perusahaan yang harus dipertimbangkan dalam menentukan alternatif strategi.

Kajian dibagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal. Kajian internal yaitu seperangkat fakta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sedangkan kajian eksternal yaitu seperangkat fakta yang datang dari luar yang kemungkinan akan berdampak pada upaya pencapaian tujuan. Adapun beberapa cara untuk melakukan analisis terhadap faktor eksternal dan internal, antara lain sebagai berikut :

- a) Matrik Evaluasi Faktor Internal
 - b) Matrik Evaluasi Faktor Esternal
 - c) Matrik Profit Kompetensi
 - d) Matrik Internal dan Eksternal
 - e) Matrik SWOT
 - f) Sebagai alat untuk menganalisis secara komprehensif antara kekuatan, kelemahan ,peluang dan ancaman dan masing-masing mengeluarkan strategi alternatif untuk masing-masing relasi.
- (Susilawati R. F., 2016)

b. Tahapan Implementasi

Tahapan ini berkaitan dengan pelaksanaan strategi yang didalamnya adalah menyelenggarakan alokasi sumber daya, mengatur waktu pelaksanaan, dan membagi tugas antar unit yang ada. Detailnya adalah menetapkan sasaran tahunan, menetapkan kebijakan, memotivasi karyawan, mengalokasi sumber daya, mengembangkan budaya yang mendukung strategi dan menentukan struktur organisasi yang efektif.

Keberhasilan pada tahapan implementasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain hambatan visi, hambatan operasional, kinerja pelaksanaan, dan lingkungan manajemen dimana strategi itu diterapkan. Hambatan visi disebabkan strategi yang tidak dimengerti oleh yang menjalankan dan tidak dijabarkan menjadi sasaran operasional.

Sedangkan hambatan operasional banyak disebabkan oleh proses kunci tidak dirancang untuk mendukung strategi. Adapun kinerja pelaksana merupakan dampak dari komitmen, kompetensi, motivasi, fasilitas kerja, dan peran kepemimpinan. Hambatan lingkungan manajemen disebabkan sistem manajemen dirancang untuk pengendalian operasional dan dikaitkan dengan anggaran yang tersedia bukan pada strategi.

c. Tahapan Evaluasi

Pada dasarnya, mengevaluasi strategi juga berarti mengevaluasi kinerja karena antara keduanya saling berkaitan. Visheh Pathak berpendapat bahwa kinerja sangat berkaitan dengan strategi karena kinerja adalah hasil tindakan, sedangkan tindakan yang dilakukan merupakan strategi yang dipilih. Pengukuran kinerja adalah pekerjaan penting bagi sementara pihak bisa dikategorikan sebagai bagian dari penyelesaian permasalahan. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui lebih dalam tentang pengukuran kinerja dan perkembangannya agar dapat memilih alat ukur yang tepat untuk strategi yang akan diterapkan. (Susilawati R. F., 2016)

5. Pentingnya Strategi Pengembangan

Menurut M.J Morris ada beberapa alasan diterapkannya strategi pengembangan bagi perusahaan, diantaranya adalah :

- a. Meningkatkan keamanan bagi perusahaan dengan cara membuatnya lebih besar.
- b. Menguji dan membuktikan ide-ide manajemen dan produksi Kepuasan pribadi dengan melihat perusahaan yang sedang tumbuh.
- c. Memberi prospek karir pada para staf
- d. Membangun sesuatu untuk anak cucu
- e. Menjembatani keunggulan-keunggulan teknis dengan bidang-bidang khusus. (Morris, 1984) ET

B. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Nomor 20 Tahun 2008. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :

a. Usaha Mikro

Adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau usaha perorangan. Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 10 orang. Kekayaan bersih/aset maksimal Rp 50 juta, dengan omset maksimal Rp 300 juta.

b. Usaha Kecil

Adalah 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.

Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 30 orang. Pendapatan bersih/aset lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta, dengan jumlah omset lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 milyar.

c. Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh seorang perseorangan 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 dengan jumlah kekayaan bersih/asset lebih dari Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 milyar, dengan omset lebih dari Rp 2.5 milyar – Rp 50 milyar. Memiliki karyawan dengan maksimal jumlah 300 orang.

d. Usaha Besar

Adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik kriteria atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. (Agustina, Kewirausahaan: Teori dan penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia, 2015)

2. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2013), industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Termasuk dalam kegiatan ini adalah jasa industri dan pekerjaan perakitan (*assembling*).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan

besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis. (Bank Indonesia, 2015:5)

Bisnis UMKM menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) sekitar 60% dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan UMKM tahun 2014, selama tahun 2011 sampai 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM, serta penurunan pada usaha besar. Pada tahun 2011, usaha besar mencapai angka 41,95% tetapi pada tahun berikutnya hanya mencapai 40,92% turun sekitar 1,03%. Pada UMKM terjadi sebaliknya, bila usaha menengah pada tahun 2011 hanya 13,46%, pada tahun 2012 mencapai 13,59%, ada peningkatan sebesar 0,13%. Berbeda dari usaha menengah, usaha kecil mengalami sedikit penurunan dari tahun 2011. Pada tahun itu mencapai 9,94% namun pada tahun 2012 hanya mencapai 9,68%, artinya menurun sekitar 0,26%. Peningkatan yang cukup tinggi terjadi pada usaha mikro, jika tahun 2011 hanya mencapai 34,64%, pada tahun 2012 berhasil meraih 38,81% ada peningkatan sebesar 4,17%. (Bank Indonesia, 2015:6)

UMKM telah mampu membuktikan diri sebagai salah satu solusi pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi. Sifat-sifat intrinsik usahanya yang semi atau bahkan nonformal membuat UMKM mampu memberikan peluang usaha kalangan industri skala rumah tangga yang banyak ditemui di setiap daerah. Perannya yang signifikan dalam penyerapan tenaga kerja itu menjadikan UMKM sangat efektif sebagai peranti memperkuat stabilitas nasional. Kedudukan strategis tidak hanya tercermin pada jumlah UMKM yang besar. Namun, UMKM juga tidak pernah menimbulkan masalah dan memberatkan beban masyarakat dalam perekonomian nasional. (Budiarto, 2015)

Jasa industri adalah kegiatan industri yang melayani keperluan pihak lain. Pada kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain

sedangkan pihak pengolah hanya melakukan pengolahannya dengan mendapat imbalan sejumlah uang atau barang sebagai balas jasa, misalnya perusahaan penggilingan padi yang melakukan kegiatan menggiling padi/gabah petani dengan balas jasa tertentu (Badan Pusat Statistik, 2016).

UMKM memiliki beberapa peranan yaitu; (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) menyerap tenaga kerja cukup banyak, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) menjadi ketahanan ekonomi serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor non migas.

Perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut. Industri Kecil adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 5 - 19 orang. Industri Mikro adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 1 - 4 orang. Penggolongan perusahaan industri pengolahan ini semata-mata hanya didasarkan kepada banyaknya tenaga kerja yang bekerja, tanpa memperhatikan apakah perusahaan itu menggunakan mesin tenaga atau tidak, serta tanpa memperhatikan besarnya modal perusahaan itu (Badan Pusat Statistik, 2016).

Menurut UU Republik Indonesia No. 22 Tahun 2008, pada tanggal 4 Juli 2008 telah ditetapkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UMKM yang disampaikan oleh Undang-undang ini juga berbeda dengan definisi di atas.

Ketahanan ekonomi dapat dicapai dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang menyertai pembangunan ekonomi, sehingga dapat tercapai kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan ketahanan ekonomi di Indonesia adalah dengan dikembangkannya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM

umumnya berbasis pada sumber daya ekonomi lokal. Dengan UMKM, diharapkan dapat meningkatkan produktivitas masyarakat sehingga mampu menumbuhkan perekonomian nasional dalam jangka panjang. Pemberdayaan UMKM terhadap masyarakat mampu menghadapi krisis ekonomi yang terjadi dan masyarakat mampu mandiri untuk mengurangi ketergantungan pada pihak luar, sehingga tidak tergantung dari impor.

3. Peran UMKM Berbasis Budaya Lokal

Secara umum, karakteristik UMKM di Indonesia kebanyakan berbentuk industri mikro yang beroperasi pada level rumahan atau berbasis budaya lokal dengan teknologi rendah dan tenaga kerja yang berpendapatan dan berkemampuan rendah (Dirlanudin, 2008: 47). Selain itu, industri UMKM dengan produk yang sama cenderung berkumpul di satu daerah (*clustering*) karena banyak kemudahan, seperti kemudahan distribusi barang dan pemasaran. Sumber modal dari UMKM berasal dari kredit dari bank, dana pribadi, campuran antara keduanya, atau sumber kredit informal lain.

Secara umum, karakteristik UMKM di Indonesia kebanyakan berbentuk industri mikro yang beroperasi pada level rumahan atau berbasis budaya lokal dengan teknologi rendah dan tenaga kerja yang berpendapatan dan berkemampuan rendah (Dirlanudin, 2008: 47). Selain itu, industri UMKM dengan produk yang sama cenderung berkumpul di satu daerah (*clustering*) karena banyak kemudahan, seperti kemudahan distribusi barang dan pemasaran. Sumber modal dari UMKM berasal dari kredit dari bank, dana pribadi, campuran antara keduanya, atau sumber kredit informal lain.

Dalam hal pemasaran produk, UMKM cenderung bersifat lokal dengan penjualan utama terjadi secara langsung kepada konsumen di pasar tradisional lokal atau penjualan di toko-toko milik sendiri (Dirlanudin, 2008: 67). Penjualan yang bersifat lokal memberikan sumbangan dari hasil penjualan UMKM terhitung sangat besar untuk PDB Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa penetrasi produk UMKM masih kurang menyentuh

konsumen di luar daerah keberadaan UMKM tersebut. Selain itu, pasar untuk produk UMKM juga mulai dipersempit oleh keberadaan produk luar negeri dan produk usaha besar yang memiliki harga yang lebih murah sehingga lebih diminati konsumen. Produk-produk tersebut juga sudah mulai memasuki pasar-pasar tradisional di daerah yang terpencil akibat dari pembangunan jaringan transportasi yang lebih baik dari daerah urban ke daerah rural.

Industri kecil telah terbukti tahan terhadap gejolak pasang surut perekonomian global. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kecil di Indonesia banyak menghadapi berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti SDA, SDM, modal, teknologi dan masalah pemasaran. Hamid dan Sri Susilo (2011: 45-55) meneliti mengenai strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data diperoleh dari survey lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua *stakeholder*. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlakukan untuk mendorong pengembangan UMKM.

Pengembangan usaha kecil menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumberdaya manusia mengakibatkan

pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Seperti kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber- sumber permodalan, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, keterbatasan kerjasama antar pengusaha kecil, iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Kuncoro, 2007: 368).

Berdasarkan pasal 14 UU No. 9/1995 upaya-upaya pengembangan usaha kecil tentang usaha kecil (Anoraga, 2002: 229), dirumuskan bahwa Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi.

Susilo dan Krisnadewara (2007: 271-280) menyatakan bahwa, berdasarkan hasil riset yang mereka lakukan tentang strategi bertahan industri paska gempa di Yogyakarta, strategi yang bisa diterapkan untuk pengembang UKM adalah berproduksi dengan fasilitas/peralatan terbatas, berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, berproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, berproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *show-room/outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha adalah dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Susilo dan Krisnadewara (2008: 271-280) melakukan kajian masalah dan kinerja industri kecil di Kabupaten Bantul Provinsi DIY. Survey dilakukan terhadap 100 pengusaha yang tergolong industri skala kecil dan menengah (IKM). Hasil kajian tersebut menjelaskan bahwa

masalah utama yang dihadapi oleh pengusaha adalah ketidakmampuan memenuhi kewajiban finansial terhadap pihak lain dan keterbatasan untuk menambah modal. Masalah lain yang dihadapi adalah menurunnya hasil produksi dan pemasaran hasil produksi. Dengan indikator kinerja tingkat produksi maka sebagian besar unit usaha (65%) mengalami penurunan, dan sebanyak 12% mengalami peningkatan. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa para pengusaha pada skala UKM memiliki kerentanan yang tinggi terhadap berbagai sumber guncangan. Adanya bencana gempa bumi berdampak cukup besar terhadap kemampuan finansial perusahaan.

Tarigan dan Susilo (2008: 188 - 199) melakukan kajian masalah dan kinerja industri kecil pada industri kerajinan perak di Kota Yogyakarta. Dari hasil kajian tersebut dapat diberikan kesimpulan bahwa, pengusaha/pengrajin perak menghadapi permasalahan yang terkait dengan terganggunya kegiatan produksi karena adanya kerusakan bangunan serta prasarana produksi, terganggunya proses produksi menyebabkan berkurangnya jumlah produksi yang berimplikasi pada kemampuan melayani permintaan, dan penurunan permintaan pada gilirannya akan mengurangi pendapatan dan berimplikasi pada kemampuan memenuhi kewajiban finansial.

Menurut jurnal penelitian Yarnest dan Priyo (2013: 2), optimalisasi strategi pengembangan usaha keramik sebagai produk unggulan dan icon kota Malang), pada awal mulanya usaha industri keramik merupakan usaha kecil-kecilan yang dirintis sejak tahun 1950-an. Industri kerajinan keramik ini membawa pengaruh bagi masyarakat pengrajin terutama dibidang ekonomi. Keramik Malang sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas yang hanya bermula dari industri rumah tangga (*home industry*) yang dikelola secara sederhana oleh pengrajin. Karena banyaknya bahan baku yang tersedia dengan kualitas yang baik seperti *kaolin*, *felspard*, *kuarsa*, *ballclay*, dan didukung oleh peningkatan keterampilan yang dimiliki para pengrajin, maka industri kecil keramik Malang dapat berkembang dengan pesat dan lebih dikenal dengan “Keramik Dinoyo”. Sentra Keramik

Dinoyo merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang industri keramik yang memiliki ciri khas dan menjadi salah satu ikon Kota Malang.

Menurut Priyono (2004), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Dalam kerangka pikiran itu, upaya memberdayakan masyarakat, dapat dilihat dari tiga sisi. Pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada berbagai program pemberian (*charity*) karena pada dasarnya setiap apa

yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat dipertukarkan dengan pihak lain. Dengan demikian, tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara sinambung. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah tanggung jawab pemerintah. Akan tetapi, juga merupakan tanggung jawab masyarakat, terutama mereka yang telah lebih maju, karena telah terlebih dahulu memperoleh kesempatan bahkan mungkin memperoleh fasilitas yang tidak diperoleh kelompok masyarakat lain.

Pembinaan usaha kecil harus lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil sebagai pengusaha menengah. Banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi suatu perekonomian dapat dilihat dari fungsi produksi. Fungsi

Produksi yaitu suatu hubungan antara input dan output. Input adalah barang- barang yang dipergunakan untuk menghasilkan barang- barang lain. Output adalah barang- barang yang dihasilkan dari kombinasi- kombinasi input tersebut.

Faktor produksi diartikan sebagai benda-benda yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan menjadi empat jenis yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan teknologi.

4. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki kontribusi paling besar dalam perekonomian nasional, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB) (Ade Reslawati, 2011:15)

5. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di perbaharui sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas.
- d. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan. Karakteristik yang dimiliki oleh usaha

mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas. (Pandji Anoraga, 2010:33)

6. Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Keunggulan yang dimiliki oleh UMKM dibandingkan dengan usaha besar antara lain:

- a. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam usaha kecil.
- c. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- d. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan. (Partomo, 2004:20)

7. Hambatan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Irfan Syauqi Beik dalam bukunya menjelaskan laju pertumbuhan usaha mikro masih lebih rendah (3,3 %) dibandingkan laju pertumbuhan secara keseluruhan (4,4 %) sehingga kesenjangan yang terjadi sangat lebar dengan usaha skala besar, yaitu 14.586 kali. Namun jika didukung dengan elemen-elemen pendukung yang tepat, maka bisa mempercepat perkembangan usaha skala mikro dan kecil, hal ini perlu diidentifikasi masalah secara tepat. Adapun masalah-masalah tersebut antara lain yaitu:

- a. Terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan. Keuangan inklusif perlu dimasukkan dalam program pengembangan lembaga keuangan. Penyertaan modal perlu disertai dengan pembimbingan sistem manajemen.
- b. Masih rendahnya kualitas SDM pelaku usaha. Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Begitu pula sistem kaderisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya *one man show*,

sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.

- c. Kemampuan pemasaran yang terbatas. Meskipun media *online* telah berkembang, namun media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM.
- d. Akses informasi usaha rendah.
- e. Belum terjalin kemitraan yang baik yang saling menguntungkan antarpelaku UMKM, usaha besar, dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemitraan perlu dijalin agar mampu membuat sistem yang saling mendukung. (Syauqi Beik, 2016:132)

C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam

Bagi seorang muslim, bekerja merupakan suatu upaya sungguh-sungguh dengan mengarahkan seluruh asset dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Allah yang menundukkan dunia, serta menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat. Berwirausaha dalam rangka membangun perekonomian merupakan kewajiban, Prof.Dr.H. Idri dalam bukunya mengutip pernyataan dari Syawqi Ahmad Dunya menyatakan bahwa bekerja dalam rangka membangun ekonomi merupakan kewajiban yang sakral (*fardh muqaddas*) yang bersifat keagamaan. (Idri, 2015:293)

Bekerja dan berwirausaha sangat dianjurkan dalam islam agar manusia dapat mandiri dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya dan membantu orang lain secara ekonomi baik melalui sedekah, infak, maupun zakat. Orang yang bekerja dan kemudian mendapatkan hasil dari jerih payahnya akan terhindar dari sifat dan sikap meminta-minta yang pada dasarnya merendahkan diri sendiri. Orang yang bekerja juga dapat memberikan nafkah kepada orang-orang yang menjadi tanggungannya. Rasulullah bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ: «لَأَنْ يَغْدُوَ أَحَدُكُمْ، فَيَحْطَبَ عَلَى ظَهْرِهِ، فَيَتَصَدَّقَ بِهِ وَيَسْتَعْنِيَ بِهِ مِنَ النَّاسِ، خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ رَجُلًا، أَعْطَاهُ أَوْ مَنَعَهُ ذَلِكَ، فَإِنَّ الْيَدَ الْعُلْيَا أَفْضَلُ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى، وَابْدَأْ بِمَنْ تَعُولُ» (رَوَاهُ مُسْلِمٌ)

“Dari Abu Hurayrah r.a., berkata: aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Hendaklah seseorang diantara kalian pergi pagi-pagi mencari kayu dan dipikul di atas punggungnya kemudian (menjualnya) lalu bersedekah dengannya serta tidak butuh pada pemberian orang lain lebih baik baginya daripada meminta kepada orang lain diberi atau tidak, karena sesungguhnya tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu.” (HR. Muslim)

Salah satu pekerjaan yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW adalah berdagang, sebagaimana yang kita ketahui Rasulullah telah mulai berdagang sejak usia belia, dalam berdagang nabi dikenal dengan setinggi-tingginya nilai amanah, nilai kejujuran, dan sikap menjaga kehormatan diri. Pada zaman ini usaha tersebut biasa disebut dengan berwirausaha. Dalam dunia ekonomi islam UMKM telah menjadi bagian dari berwirausaha yang lebih ditujukan pada kegiatan berdagang, dengan melakukan kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah kepada Allah untuk mencapai kesejahteraan sosial. Selain anjuran dari Rasulullah SAW, karena perdagangan adalah salah satu bisnis yang cukup tersohor dalam ajaran islam, maka Allah SWT telah memperingatkan aturan-aturan yang baik sesuai syariah yang harus diikuti dalam kegiatan perdagangan agar tujuan yang sebenarnya dari kegiatan perdagangan itu dapat tercapai yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat tidak hanya keuntungan materi semata.

2. Karakteristik UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ada beberapa karakteristik Usaha Mikro menurut Perspektif Ekonomi Islam, yang menjadi inti dari setiap kegiatan bisnis dan berdasarkan pada hukum ekonomi islam. Adapun karakteristik tersebut yaitu:¹⁸

- a. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (nizhamun rabbaniyyun), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak

diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

- b. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadun aqdiyyun*), mengingat ekonomi islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah (*al-aqidah al-Islamiyyah*) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung jawaban terhadap akidah yang diyakininya.
- c. Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensikan ketuhanan (*nizham rabbani*).
- d. Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-akhlaq*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam lindungan islam yang tanpa akhlak.
- e. Elastik (*al-murunah*), al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun Al-Hadis, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- f. Objektif (*al-maudhu'iyah*), Islam menganjurkan umatnya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.
- g. Realistis (*al-waqi'iyah*), prakiraan (*forecasting*) ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi lain. Menurut Dr.Ika Yunia Fauzia dan Dr.Abdul Kadir Riyadi menjelaskan dalam bukunya, Ekonomi Islam bersifat realistis, karena sistem yang ada sesuai dengan kondisi *real* masyarakat. Ekonomi Islam mendorong tumbuhnya usaha kecil dalam masyarakat yang pada akhirnya bisa mendongkrak pendapatan mereka. (Fauzia & Riyadi, 2014:34)

- h. Harta kekayaan itu hakekatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan (*al-amwal*) tidaklah bersifat mutlak.
- i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*) (Merdekawati, 2009:35)

3. Hambatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Beberapa teori menyebutkan permasalahan-permasalahan yang menjadi faktor penghambat pengembangan UMKM terdiri dari beberapa aspek seperti, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek permodalan, aspek inovasi dan aspek kemitraan. Tidak hanya dari sudut pandang Ekonomi konvensional tetapi secara perspektif Ekonomi Islam pun masalah tersebut telah dikaji dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

- a. Aspek pemasaran, pemasaran sering diartikan dengan penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya lebih luas, mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru, dan kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual. (Sukirno, 2004:206-207) Dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. (Idri, 265) Jadi kegiatan pemasaran menjadi cerminan dari apa yang bisa diberikan oleh pemilik usaha untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen untuk memperoleh laba sebagai tujuan akhirnya.
- b. Aspek Sumber Daya Manusia, sebagian besar kegiatan bisnis memang memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas agar dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada serta dapat mengelola usaha dengan baik. Tetapi ada juga sebagian bisnis yang tidak terlalu menilai sumber daya manusia berdasarkan kualitasnya terkait dari kegiatan produksi yang cukup sederhana dalam pengolahan bahan baku.

Tetap saja sumber daya manusia yang berkualitas itu diperlukan demi keberlangsungan dan berkembangnya sebuah usaha. Islam mengakui adanya perbedaan kompensasi di antara pekerja, atas dasar kualitas dan kuantitas kerja yang dilakukan. (Fauzia & Riyadi, 2014:277)

- c. Aspek permodalan, pada dasarnya pemilik usaha telah menentukan strategi pembiayaan ushanya kepada sumber-sumber pembiayaan yang murah dan mudah, untuk kalangan pengusaha UMKM terutama usaha mikro dan usaha kecil pendanaan bersumber dari modal sendiri atau kekayaan pribadi. Tetapi dalam dunia usaha tidak selalu modal pribadi itu bisa terus berputar dan membantu dalam pengembangan usaha. Dalam islam, memiliki harta dan memproduksi barang-barang yang baik adalah sah. Namun, kepemilikan harta itu bukanlah tujuan akan tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum. Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan terhenti, dan berdampak pada terhambatnya perkembangan bangsa. (Fauzia&Riyadi, 2014:225) Oleh sebab itu tak sedikit industri-industri yang membutuhkan bantuan modal dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Allah telah menjadikan apa yang ada di bumi ini sebagai salah satu modal yang bisa dijadikan manusia untuk mengeksplor apa yang ada di dalamnya dan Allah memerintah umatnya untuk bekerja dan mencari rezeki dengan apa yang telah disiapkan oleh-Nya.
- d. Aspek inovasi, inovasi yang bisa di artikan seperti kecerdasan kreatif seseorang dalam mengimplementasikan sesuatu dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Dalam perspektif ekonomi islam, inovasi terhadap sumber daya yang dimiliki juga diperlukan termasuk sumber daya alam dan sumber daya manusia, juga ditentukan

dengan berbagai macam kecanggihan teknologi yang mampu memberikan inovasi baru dan efisiensi bagi suatu industry. Rasulullah SAW menganjurkan *itqan* (tekun) dalam setiap pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang muslim. Membuat suatu barang menjadi berguna berarti juga memproduksi suatu barang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memiliki daya jual yang tinggi. Jenis barang/jasa tersebut tentunya berdaya guna tinggi, terjangkau, bermanfaat dan menarik konsumen, sehingga penjualannya akan selalu naik dan konstan. Barang/jasa yang inovatif, selalu dihasilkan oleh produsen yang professional. Karena Ali Bin Abi Thalib dalam *Nahjul Balaghah* menasehati seorang Muslim agar mengambil sesuatu yang baik, walaupun hal tersebut datang dari musuh. Maka dari itu, melakukan suatu inovasi adalah salah satu bentuk ketekunan dalam melakukan pekerjaan dan merupakan suatu kewajiban bagi seorang produsen Muslim, demi kemaslahatan produksinya, di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat di era industri sekarang ini. (Fauzia, 2014:125)

- e. Aspek Kemitraan, mitra adalah temuan sejajar tanpa kesenjangan, artinya jarak kemitraannya tidak memisahkan satu dengan yang lain. Dalam dunia usaha kemitraan sering diartikan saling melengkapi satu dengan yang lainnya dalam bingkai kesejajaran disegala bidang. Kerja sama merupakan suatu alat di mana keuntungan wirausaha dapat ditingkatkan dengan menolong dirinya sendiri melalui pertolongan bersama dengan moto kerja sama masing-masing untuk semua, dan semua untuk masing-masing. Tujuan kerja sama ini untuk meningkatkan pendapatan masing-masing pihak. (Suryana & Bayu, 2010:184).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dalam mengumpulkan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian. Sedangkan untuk jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian deskriptif (*description research*) yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. (Arikunto, 2013:3)

Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti, artinya penulis tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini penulis hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya.

Dalam skripsi ini dimulai dari rumusan masalah yang digunakan untuk memandu penulis mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan pada strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo. Selanjutnya penulis terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi mengenai Strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo secara menyeluruh dan mendalam.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek pada strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas. Alasan dilakukan penelitian adalah karena UMKM The Secang di Desa Sidamulih merupakan satu-satunya UMKM Pengerajin Teh Secang di Kabupaten Banyumas yang

mampu meningkat tiap tahunnya serta penjualan hasil produksi sampai ke kota-kota besar.

2. Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian mulai dari Tanggal 15 April 2021 hingga 15 Januari 2022..

C. Subjek dan Objek

1. Secara Subjek

Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang yang dipermasalahkan (Arikunto, 2000: 200). Subjek dalam penelitian ini adalah UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

2. Secara Objek

Sedangkan objek penelitian ini adalah strategi pengembangan UMKM pada pengrajin the secang di desa Sidamulih.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan benda, hal atau orang tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi dari narasumber.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari hasil observasi, wawancara, studi kepustakaan yang materinya berhubungan tentang Strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis dari dokumen–dokumen perusahaan dan buku–buku literatur yang memberikan informasi tentang Strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan. Beberapa metode tersebut antara lain, wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

1. Observasi

Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara mengamati setiap kegiatan baik secara langsung atau tidak langsung. Kemudian dengan menjadikannya sebuah catatan atau deskripsi, selanjutnya catatan tersebut dianalisis.

Sedangkan jenis metode observasi yang penulis gunakan adalah metode observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. (Sukmadinata, 2012:220)

Metode observasi ini penulis gunakan untuk memperoleh data Strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo. Melalui observasi ini, penulis akan mengetahui tentang bagaimana Strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo.

Melalui metode ini juga, penulis dapat mengetahui bagaimana aktifitas yang dilakukan oleh komunitas tersebut dilingkungan masyarakat. Semua itu dilakukan dengan observasi, karena peneliti sendiri menyaksikan langsung dan mengamati. Peneliti sendiri melakukan observasi di strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif

kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual.

Peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa anggota dan pengurus KUD tersebut. Sedangkan jenis metode wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara tidak terstruktur/ mendalam, wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data. (Sugiyono, 2013:197)

Metode wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya berupa pendapat dari para personel dan masyarakat sekitar yang mengenal grup musik tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2013:329)

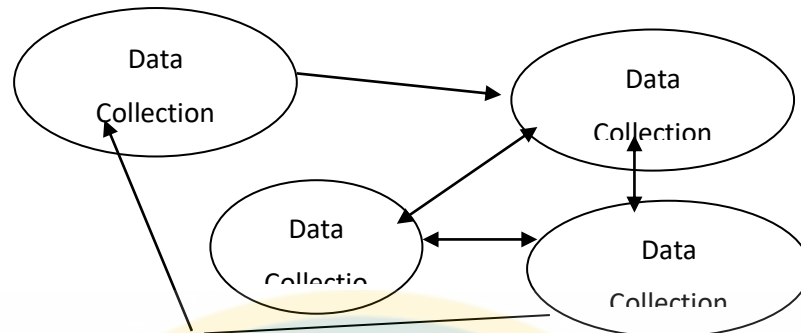
Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk melengkapi data-data yang tidak penulis dapatkan dari teknik wawancara maupun observasi baik itu berupa surat-surat, gambar, ataupun foto, maupun data lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Hasil yang diperoleh oleh peneliti dalam melakukan dokumentasi dalam strategi pengembangan UMKM pengerajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo yang berupa foto pada saat proses wawancara dan dokumentasi pada saat kegiatan dilakukan.

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi sesuatu yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan mengemukakan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Upaya menganalisis data yang

diperoleh, penulis menggunakan analisis deskriptif yang dikembangkan oleh Milles dan Hubberman, dengan tiga langkah berikut. (Sugiyono, 2013:320)



Gambar 3.1. Komponen dalam analisis data

Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif tersebut dilakukan dengan cara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut: (Sugiyono, 2013:338-345)

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Display data

Sementara itu display atau penyajian merupakan alur penting yang kedua dari kegiatan sebuah penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narativ teks*” yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Verifikasi data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan interaktif, hipotesis atau teori. Dalam penarikan kesimpulan harus longgar, terbuka dan skeptis. Pemeriksaan kembali tentang kebenaran data yang telah diperoleh.

G. Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode triangulasi. Moleong mengemukakan (Nugrahani, 2014) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber untuk mengecek kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan Teknik yang berbeda. Triangulasi waktu adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh pada satu waktu, kemudian dicek lagi pada waktu yang lain (Sugiyono, 2019: 274).

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo

1. Sejarah Berdirinya UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih

Pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo merupakan kerajinan yang belum lama berdiri sejak Tanggal 4 Februari 2019 Sidamulih RT 03 RW 02 yang didirikan oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin. Beliau adalah pencetus pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yang cara pembuatannya masih menggunakan alat dan teknik tradisional. Teh secang merupakan minuman khas masyarakat Sumatra Selatan yang bahan utamanya dibuat dari serutan atau potongan kayu secang (batang secang). Manfaat kayu secang sebagai salah satu obat tradisional sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tanaman yang kerap dikonsumsi sebagai teh herbal atau jamu ini tidak hanya dapat menghangatkan tubuh, tetapi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Kayu secang (*caesalpinia sappan*) sudah lama diolah sebagai bahan minuman herbal yang biasa dicampur dengan aneka rempah atau dikenal dengan sebutan wedang uwuh. Batang kayu secang terlebih dahulu diserut dan dijemur agar dapat digunakan sebagai bahan minuman yang kaya manfaat bagi kesehatan.

Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin ingin menjadikan Desa Sidamulih menjadi sentra pengembangan olahan-olahan tanaman secang sehingga dapat memajukan perekonomian UMKM di Desa Rawalo tepatnya di Sidamulih. Kini terdapat beberapa UMKM dengan olahan tanaman secang sudah mulai berproduksi di Desa Sidamulih, hal ini cukup baik karena dengan banyaknya UMKM mandiri yang berdiri maka akan berpeluang besar bagi pelaku pasar untuk menunjukkan hasil pengrajin olahan rumahan dan pemerintah akan lebih memperhatikan kondisi tersebut.

Tidak ada struktur organisasi dalam pengrajin rumahan teh secang yang dikelola oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin. Beliau selaku pengelola sekaligus sebagai penggerak dalam UMKM rumahan ini dengan dibantu oleh karyawannya yang merupakan tetangga dekat beliau.

Namun, di Desa Sidamulih tersebut ada beberapa pengrajin teh secang rumahan yang memproduksi olahan secang sebagai mata pencaharian mereka. Mereka bersatu dalam kelompok Ibu-ibu PKK di Desa Sidamulih yang diketuai oleh Ibu Bukopinaring sendiri. Tidak ada menggunakan teknologi canggih dalam memproduksi teh secang, semua pengrajin olahan teh secang masih menggunakan cara tradisional. Namun pada kesempatan kali ini penulis hanya akan menyajikan data bagaimana pengembangan UMKM olahan teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo yang dikelola oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin.

2. Profil Pribadi Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin

Nama : Bukopinaring Wedhar Prihatin
 Tempat Lahir : Malang
 Tanggal Lahir : 07 September 1968
 Alamat : Sidamulih RT 03 RW 02 Kec.Rawalo Kab.Banyumas
 Agama : Islam
 Pendidikan
 SD : SDN 5 Sitarjo, Malang, Sumber
 SMP : SMP YBBK Sitarjo
 SMA : SMA YBBK Sitarjo
 Suami : Kuseni (16 Juni 1965)
 Anak 3 : - Unike Ringga Senita – Artina Atri Norantin – Okta Libra

3. Perkembangan UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo

Mulai dari berdirinya UMKM teh secang ini, pelaku usaha belum mendapatkan alat bantu permodalannya terutama dari segi alat-alat produksi seperti peralatan dapur dan lain sebagainya, mungkin karena pengrajin teh secang yang belum lama berdiri dan masih dalam proses pengembangan menuju sentra dalam pengolahan teh secang. Dengan

begitu pelaku usaha yang membeli alat produksi sendiri untuk menunjang kegiatan produksi mereka.

Menurut Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin untuk menjadikan Desa Sidamulih menjadi sentra UMKM yang baik perlu mendapat dukungan promosi berupa keikutsertakan UMKM tanaman secang kedalam pameran-pameran baik yang diselenggarakan di Desa maupun di Provinsi. “Diperlukannya pelatihan-pelatihan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan sehingga membentuk pengelolaan manajerial, pengemasan yang baik, teknik produksi, dan sumber daya manusia yang lebih terlatih” (Bukopinaring, wawancara, 20 November, 2021).

“Perkembangan UMKM cenderung meningkat dikelompok, tetapi bagi masing-masing pelaku usaha mengalami fluktuasi pada pendapatan mereka, meskipun begitu para pelaku UMKM masih terus berusaha mempertahankan usaha mereka agar bisa terus bersaing dipasaran dan memenuhi selera konsumen. Jelas sekali adanya hambatan yang dihadapi para pelaku usaha, bahkan sampai ada yang tutup dan lebih memilih menjual outlet mereka kepada yang lain. Tetapi itu tidak lantas membuat UMKM teh secang ini sepi begitu saja, karena ketika satu hilang maka biasanya muncul lagi pendatang baru. Bagi para pelaku UMKM saat ini bertahan itu lebih utama untuk kondisi ekonomi yang sepi seperti saat ini dibandingkan harus mengembangkan sayap yang lebih lebar.” (Bukopinaring, wawancara, 20 November 2021).

4. Penghambat Perkembangan UMKM di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo

Pada pembahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa ada beberapa faktor penghambat perkembangan UMKM yang terdiri dari berbagai aspek seperti, kemampuan sumber daya alam yang terbatas, teknologi, permodalan, kemitraan, manajemen yang rendah dan kurangnya inovasi. Apabila aspek-aspek tersebut terdapat dalam perkembangan UMKM para pelaku usaha maka dapat dikatakan pelaku usaha tersebut sedang

menghadapi permasalahan dalam pengembangan usahanya dan sedang berusaha agar usaha tersebut tetap bertahan.

a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Pelaku dan sifatnya dilakukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya di motivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya.

Melalui wawancara dan observasi langsung kepada para informan didapatkan bahwa sebagian pelaku usaha atau pemilik UMKM memiliki permasalahan dalam aspek kualitas sumber daya manusianya, walaupun dalam kegiatan produksi pembuatan teh ini tidak begitu memerlukan keahlian khusus, untuk lebih jelasnya dapat dilihat hasil wawancara terhadap Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin.

“Kegiatan produksi terdapat kurangnya sumber daya yang tekun yakni pekerja yang mau kerja keras dan mampu bertahan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, walaupun hanya sekedar mengupas tanaman secang atau memotongnya tidak memerlukan keahlian yang sangat khusus tetapi ketekunan sangatlah diperlukan. Hal inilah yang masih dirasa sangat menghambat perkembangan usaha Penyebab dari kurang tekunnya sumber daya manusia yang ada berdasarkan etos kerja dan mental yang dimiliki oleh individu itu sendiri terutama dari faktor usia, mereka yang terbilang muda tidak memiliki keseriusan dan jiwa seorang wirausaha maka dari itu sumber daya manusia yang ada mencari-cari alasan untuk berhenti kerja”. (Bukopinaring, 20 November 2021).

Hampir sebagian usaha di UMKM di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo ini bisa dikatan Usaha Kecil dan Usaha Menengah, tetapi kekurangan sumber daya manusia yang tekun yang mampu bertahan dan berkpribadian baik pun sangat diperlukan, semua pelaku usaha yang berstatus tidak hanya sebagai pedagang juga sebagai produsen hampir semua tenaga sumber daya manusianya memanfaatkan

saudara maupun kerabat sekitar, dan ada beberapa yang berasal dari luar lingkungan Gang. Secara langsung keberlangsungan kegiatan produksi teh di Sentra UMKM ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat sekitar dan menjadi simbiosis yang saling menguntungkan karena dari situlah pendapatan warga sekitar berasal terutama bagi para ibu-ibu rumah tangga.

b. Teknologi

Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas bisnis UMKM akan mampu memberi peningkatan nilai tambah berbagai produk. Masih banyak produk UMKM yang dihasilkan belum mendapat sentuhan teknologi baik dalam proses produksi, kreativitas, desain, serta inovasi. Tetapi tidak semua kegagalan adopsi teknologi semata-mata dikarenakan pelaku bisnis itu sendiri melainkan kualitas teknologi yang belum bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha.

Bisa dikatakan teknologi yang modern belum bisa memenuhi kepuasan para pelaku usaha di Sentra UMKM olahan tanaman secang terutama bagi mereka yang memproduksi sendiri.

Pada wawancara, Ibu Bukopinaring selaku pemilik pengrajin teh secang ditengah banyaknya persaingan yang semakin menegat menyatakan, “Teknologi informasi saat ini terlalu ribet dan juga tidak sempat waktu untuk menggunakannya.” (Bukopinaring, wawancara, 20 November 2021.) Hal ini menunjukkan ketidakpercayaan diri beliau dalam menggunakan teknologi di tengah maraknya persaingan usaha sehingga membuatnya terhambat.

c. Permodalan

Modal adalah kekayaan yang didapatkan oleh manusia melalui tenaganya sendiri dan kemudian menggunakannya untuk menghasilkan kekayaan lebih lanjut. Sejauh ini beberapa pelaku usaha mengaku masih menggunakan tabungan sendiri dalam mengembangkan usaha, meskipun beberapa kali ada pihak bank yang menawarkan pinjaman tetapi beberapa pelaku usaha lebih memilih menggunakan tabungan

sendiri karena tidak mau terbebani dengan cicilan bank. Meskipun begitu ada beberapa pelaku usaha yang melakukan pinjaman modal ke beberapa lembaga keuangan demi keberlangsungan usaha mereka.

“Saat ini saya masih menggunakan modal sendiri yang jumlahnya sangat terbatas tapi kebutuhan akan modal yang lebih dan bantuan modal dari pihak pemerintah terkait sangat diharapkan, agar usaha dapat bersaing di pasaran dan bisa memiliki tempat yang luas serta menarik para konsumen lebih banyak lagi.” (Bukopinaring, wawancara , 20 November 2021).

Tetapi dalam ini, ada beberapa pelaku usaha yang melakukan pinjaman modal dengan beberapa perbankan yang sejenis, tidak ada yang dipersulit bahkan pihak dari bank nya sendiri yang menawarkan pinjaman kepada beberapa pelaku usaha yang sudah berdiri sejak lama , meskipun begitu ditengah kondisi pasar yang melemah seperti saat ini mereka cukup mengeluhkan bunga yang cukup tinggi dan penghasilan yang mulai menurun.

d. Kemitraan

Mitra adalah temuan sejajar tanpa kesenjangan, artinya jarak kemitraannya tidak memisahkan satu dengan yang lain. Dalam dunia usaha kemitraan sering diartikan saling melengkapi satu dengan yang lain dalam bingkai kesejajaran disegala bidang.

Para pelaku usaha khususnya usaha kecil dan usaha menengah seringkali menggambarkan kemitraan dengan kerjasama yang mengaitkan antara bantuan berupa modal dan promosi. Mereka membutuhkan kemitraan ketika para pelaku usaha mengharapkan adanya bantuan modal yang dapat di fungsikan dalam pengembangan usaha mereka.

Pada wawancara, Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin menurut beliau menuturkan “Kemitraan yang terjalin hanya berlangsung pada tahun-tahun pertama didirikannya Sentra UMKM ini, dan yang paling terlihat itu lah salah satu bentuk kemitraan berupa promosi, selebihnya

pihak-pihak serupa menawarkan kerja sama dalam bentuk pinjaman, dan karena hal itu banyak pihak-pihak yang tidak melakukan kerja sama dan lebih memilih menggunakan modal sendiri dan promosi sendiri.” (Bukopinaring, Wawancara, 20 November 2021).

e. Manajemen

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional yang merupakan usaha keluarga turun temurun, yang berpegang teguh pada tradisi pengelolaan perorangan (*one man show*). Tidak adanya pembagian tugas yang jelas atau kurang terstruktur menandakan bahwa usaha kecil tersebut memiliki kemampuan manajemen yang sangat rendah.

“Kurangnya strategi-strategi manajemen yang diterapkan terjadi karena kurangnya sumber daya manusia, strategi yang dilakukan seharusnya lebih efektif terutama pada segi penjualan untuk mengatasi kondisi pasar yang kini semakin sepi tetapi masih belum tepat sasaran.” (Bukopinaring, Wawancara, 20 November 2021).

f. Inovasi

Inovasi bagi wirausaha lebih bersifat untuk memanfaatkan perubahan daripada menciptakannya. Mencari inovasi dilakukan dengan memanfaatkan penemuan baru yang menyebabkan terjadinya perubahan, dan sebuah inovasi itu dapat menciptakan kesejahteraan.

Bagi para pelaku UMKM yang sedang menghadapi lesunya pasar dan permintaan konsumen yang menurun, berinovasi sangat diharapkan sebagai upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Agar para konsumen pun tidak merasa jenuh dengan produk olahan secang yang itu-itu saja. Inovasi juga tidak hanya dilakukan pada produk olahan secang saja tetapi juga pada penampilan-penampilan toko agar bisa lebih luas, lebih menarik, dan lebih nyaman tanpa menghilangkan ciri khas dari masing-masing toko.

Pada wawancara, Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin beliau menyatakan bahwa: “Saat ini permasalahannya ada pada bagaimana

pelaku usaha bisa menyajikan produk yang inovatif sehingga dapat meningkatkan kembali daya beli konsumen, saat ini kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan inovasi terhadap produk dan tempat penjualan sangat kurang. Saya membutuhkan pembekalan serta tenaga kerja yang kompeten dan bisa memberikan inovasi agar usaha olahan teh secang dapat lebih besar dan lebih bagus guna meningkatkan daya saing.” (Bukopinaring, Wawancara, 20 November 2020).

B. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Penerapan Strategi Pengembangan Pemasaram pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas

Sektor UMKM telah terbukti mampu berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Potensi-potensi yang ada perlu dioptimalkan dan dikembangkan secara terus menerus agar dapat mendukung pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu akan berlangsung dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dan pihak-pihak terkait.

Sektor UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Beberapa potensi besar sektor UMKM yaitu, tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal semisal gejolak perekonomian dunia seperti utang dalam valuta asing dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatannya, selang waktu produksi (*time lag*) UMKM relative singkat, keperluan modal UMKM, khususnya UMK relatif kecil, sebagian besar UMKM merupakan kegiatan padat karya dan mampu mendayagunakan *skill* dan *semi skill workers*, penciptaan lapangan kerja pada tingkat biaya modal yang rendah, kemampuan dalam *forward* dan *backward linkage* antara berbagai sektor, memiliki peluang besar di dalamnya bagi pengembangan dan adaptasi berbagai teknologi, mengisi berbagai ceruk pasar yang tidak efisien bagi perusahaan besar, dan sebagai penopang eksistensi perusahaan skala besar.

Meskipun memiliki banyak potensi yang cukup besar, UMKM masih belum mampu sepenuhnya mengantisipasi tantangan usaha yang bergerak

sangat dinamis. UMKM yang berada di sidamulih memiliki kemampuan yang cukup besar dan memiliki kemungkinan untuk bisa di kembangkan menjadi UMKM yang besar, bahkan usaha mikro bisa bertransformasi dengan sangat cepat menjadi usaha kecil, begitu juga dengan usaha kecil yang bertransformasi menjadi usaha menengah. Tetapi pada kondisi yang sebenarnya saat ini pelaku usaha lebih mengutamakan upaya untuk bertahan daripada mengembangkan usahanya. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah penjualan tahunan beberapa tahun terakhir dimana angka penjualan tersebut menurun cukup drastis, inilah yang membuat UMKM belum bisa berperan secara optimal sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia.

Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM olahan tanaman sebang yang menjadi masalah dalam pengembangan UMKM dijelaskan secara lebih detail berdasarkan data yang diperoleh melalui penelitian langsung pada objek tempat penelitian, wawancara responden dan teori-teori yang berkaitan dari berbagai sumber pustaka, maka dapat dianalisis seperti berikut ini:

1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang terbatas sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya secara tidak langsung mempengaruhi keterbatasan informasi dan memacu rendahnya kreativitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin para pelaku memanfaatkan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar, dengan memberdayakan tenaga ibu-ibu tersebut maka kegiatan produksi ini menjadi simbiosis yang saling menguntungkan, salah satu responden menyatakan bahwa ibu-ibu disekitar tempat usaha sangat mengharapkan adanya kegiatan produksi agar mereka bisa mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Ibu Bukopinaring selaku pelaku UMKM diantaranya mengakui masih banyak kualitas sumber daya manusia yang dilihat dari ketekunan

dalam bekerjanya masih sangat rendah, meskipun dalam kegiatan produksinya pembuatan olahan secang tidak memerlukan keterampilan khusus tetapi hal ini sangat memerlukan ketekunan para pekerjanya. Kemampuan para pekerja dalam pengelolaan usaha pun masih sangat minim, permasalahan ini menjadi permasalahan yang cukup kompleks karena berkaitan dengan penerapan manajemen perusahaan agar usaha tersebut dapat terkelola dengan baik. Selain itu nilai-nilai individu seperti kejujuran dan kedisiplinan juga diperlukan agar usaha bisa terus berkembang tanpa ada kecurangan dalam kegiatan usaha hal ini beberapa kali terjadi dari perekrutan SDM yang berasal dari luar lingkungan sentra UMKM. (Bukopinaring, Wawancara, 20 November 2021).

2. Teknologi

Teknologi diperlukan guna meningkatkan daya saing UMKM, baik itu penggunaan teknologi pada kegiatan produksi maupun teknologi informasi pada kegiatan promosi dan pemasaran. Bantuan teknologi seharusnya dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan ketepatan serta efisiensi waktu. Dari hasil wawancara dengan Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin dapat disimpulkan bahwa beliau memang membutuhkan kecanggihan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnis mereka, tetapi kendalanya ada pada teknologi yang belum mampu memberikan kepuasan pada output yang dihasilkan.

Selain alat teknologi pada kegiatan produksi, kecanggihan teknologi pada alat informasi pun belum bisa di aplikasikan secara maksimal oleh para pelaku usaha, seperti penggunaan media sosial yang seharusnya bisa dimanfaatkan dengan sangat baik untuk mempromosikan produk mereka tetapi justru menimbulkan kendala tersendiri. Dalam proses pemasaran, beberapa pelaku usaha pernah mencoba menggunakan media online tetapi hal itu tidak berlangsung lama, dengan alasan penggunaan yang rumit, waktu yang tidak efisien dan rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola teknologi informasi

tersebut, dari pengamatan penulis sendiri hal ini dikarenakan faktor usia dari para pemilik usaha tersebut.

3. Permodalan

Modal dalam hal ini mencakup kekayaan yang berasal dari harta kepemilikan pribadi maupun bantuan dari pihak-pihak terkait baik berupa uang maupun peralatan usaha. Beberapa pemilik usaha ada yang menggunakan tabungan sendiri untuk menambah modal, ada pula beberapa pemilik usaha yang melakukan pinjaman kepada lembaga-lembaga keuangan guna menambah modal terkait pengembangan usaha mereka. Pada wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin, yang menyatakan adanya bantuan tambahan modal sangat diperlukan guna mengembangkan usaha, termasuk modal untuk menyewa tempat usaha yang akhir-akhir ini melonjak naik dan sangat sulit dicari. Lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan pinjaman kepada para pemilik usaha memberikan bunga yang cukup tinggi, dan disaat keadaan pasar yang mulai sepi seperti ini menimbulkan masalah baru bagi para pemilik usaha yang mau melakukan pinjaman modal usaha. Tidak hanya modal berupa uang, tetapi juga bantuan modal berupa peralatan usaha sangat dibutuhkan, seperti alat-alat produksi, alat hitung, timbangan, dan mesin-mesin canggih lainnya guna menunjang keberlangsungan usaha tersebut. (Bukopinaring, wawancara, 20 November 2021).

4. Kemitraan

Kemitraan dalam hal ini menggambarkan kerja sama bisnis antara beberapa pihak dimana kedua belah pihak sama-sama mendapatkan keuntungan. Karena kemitraan yang baik dan terus berlangsung bisa menjadi ajang promosi tersendiri untuk menarik minat pelanggan. Terlebih lagi jika promosi tersebut sangat cepat tersebar antara rekan satu dengan yang lainnya. Hal ini bisa meningkatkan volume penjualan dan juga pendapatan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha menjadi mitra yang memfasilitasi pemilik usaha dengan beberapa peralatan usaha seperti etalase, alat hitung, dan mesin press tapi hal itu tidak berlangsung sebagaimana mestinya yang diharapkan oleh para pemilik usaha, pembagian alat produksi dengan jumlah yang terbatas menjadi kendala karena kurang efisiennya bantuan alat produksi tersebut jika harus digunakan seluruh pemilik usaha sedangkan jumlah alatnya sangat terbatas.

Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin mengaku enggan melakukan kerja sama karena untuk kebutuhan modal mereka masih menggunakan modal sendiri, tetapi hal itu menimbulkan kendala tersendiri karena tidak adanya mitra yang terjalin memunculkan kesulitan dalam hal promosi. Selain itu juga ada pihak mitra yang memiliki nilai integritas rendah karena melakukan kelangkaan bahan baku disaat-saat tertentu guna memperoleh keuntungan sepihak, kemudian tidak ada lagi pihak yang bekerjasama dengan memberikan pelatihan terkait kewirausahaan kepada para pelaku UMKM. (Bukopinaring, wawancara, 20 November 2021).

Selain itu pemilik usaha menyatakan pernah melakukan kerja sama dengan salah satu situs belanja online tetapi hal ini tidak berlangsung lama dikarenakan harga produk yang ditetapkan oleh pihak kemitraan cukup tinggi, sehingga mengkhawatirkan para pelanggan jadi enggan untuk membeli produk tersebut melalui aplikasi atau situs belanja online tersebut.

Selain situs belanja online, Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin mengaku enggan melakukan kerja sama dengan pihak-pihak minimarket dengan alasan kualitas produk jadi menurun, sehingga beliau lebih memilih memasarkan langsung dari rumah produksi. Kemitraan yang saling menguntungkan sebenarnya sangat diperlukan guna menunjang perkembangan usaha terutama sebagai sarana promosi, akan tetapi ada beberapa pihak yang menganggap kemitraan terjalin pada pihak yang memiliki kelebihan dana. Pada nyatanya kemitraan tidak hanya terjalin

semata-mata karena adanya pinjaman ataupun bantuan modal melainkan timbal balik karena adanya promosi.

5. Manajemen

Manajemen dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan melalui orang lain. Pengertian lain dari manajemen adalah proses pengelolaan suatu kegiatan atau usaha dari awal hingga perusahaan tersebut berjalan dan bangkrut. Manajemen memegang peranan penting dalam membangun kegiatan bisnis dan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha terkendala pada sistem manajemen perusahaan, dalam pengelolaan umkm masih sangat tradisional, belum ada pembagian tugas yang jelas dan pembukuan berdasarkan pencatatan akuntansi, jadi uang pribadi dan juga pendapatan penjualan belum dipisahkan sehingga sulit menghitung laba perusahaan. Kendala ini didukung dengan kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dan memiliki pengetahuan dibidang manajemen bisnis, dan tidak adanya pembekalan ataupun pelatihan dari pihak terkait tentang pentingnya manajemen dan bagaimana penerapannya. Sebagian dari pelaku UMKM mengaku bahwa sebenarnya ada struktur manajemen dalam usaha mereka hanya saja itu tidak terbagi atau tertulis secara formal. Kesadaran akan perlunya manajemen dalam usaha masih sangat rendah, para pemilik usaha berfikir usaha mereka masih usaha yang cukup kecil, belum memerlukan manajemen bisnis. Hal ini dikarenakan juga UMKM yang berada di Desa Sidamulih ini adalah usaha turun temurun keluarga, jadi segala bentuk pengelolaan usaha lebih banyak dilakukan oleh satu orang saja. (Bukopinaring, wawancara, 20 November 2021).

6. Inovasi

Salah satu karakteristik dari seorang wirausaha adalah inovatif, dalam hal ini inovasi, kreativitas dan ide-ide menarik lainnya sangat diperlukan untuk mempertahankan usaha dan juga meningkatkan daya saing. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, pelaku UMKM yang terkendala pada aspek inovasi. Keadaan pasar yang semakin sepi dan

daya beli konsumen yang menurun sangat membutuhkan inovasi pada produk-produk dan juga tampilan tempat usaha mereka agar konsumen tidak merasa jenuh, hambatan ini didukung dengan keadaan sumber daya manusia yang ada belum dapat menyajikan ide-ide kreatif mereka guna meningkatkan daya saing dan daya beli konsumen. Mereka menyadari bahwa saat ini pasar mulai sepi, minat konsumen terhadap olahan secang sebagai obat herbal mulai menurun, kurangnya inovasi dalam penyajian produk olahan secang yang baru menimbulkan kejenuhan tersendiri. Permasalahan ini pun menjadi masalah yang kompleks yang berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia dalam menyajikan produk yang dapat diterima dipasaran dan bernilai jual tinggi serta permodalan yang mendukung dalam melakukan inovasi tempat usaha agar dapat bersaing dipasaran.

Dari penjabaran tersebut maka dapat ditarik kesimpulan, dari analisis faktor-faktor penghambat pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di sentra UMKM Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo terdiri dari enam faktor dilihat dari teori yaitu, rendahnya kualitas sumber daya manusia, permasalahan teknologi, masalah permodalan, kemitraan, manajemen, dan inovasi.

C. Penerapan Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teh Secang menurut Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan UMKM dalam kaitannya merupakan tindakan manajemen dimana suatu rangkaian perumusan, pola, visi dan misi perusahaan. Dimana terdapat masa depan kedepannya yang lebih baik untuk dikembangkan. Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan atau pelatihan. Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi

terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

UMKM Pengrajin Teh Secang telah mampu menerapkan strateginya dengan melakukan serangkaian tindakan manajemen dan 5P dalam strategi seperti yang dikemukakan oleh Mintzberg, yakni:

1. Perencanaan (*Plan*)

Dalam hal ini perencanaan yang telah dilakukan adalah perencanaan aspek tujuannya dimasa depan. Merencanakan inovasi produk baru yang dapat dikembangkan pada UMKM Teh Secang.

2. Pola (*Pattern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is a pattern*), yang selanjutnya *intended strategy*. Menguatkan pola yang sudah ada dengan keterbatasan yang tersedia dalam kaitannya permodalan, teknologi, sumber daya manusia.

3. Posisi (*Position*)

Dalam hal ini Teh Secang membuat acuan posisi target pasarnya, meluaskan pasaran dan menjamah lingkup yang berbeda untuk menciptakan suasana baru.

4. Perspektif (*Perspective*)

Teh secang mengembangkan grand visionnnya sendiri sebagai produk olahan yang mampu menjadi minuman teh dan pengobatan herbal.

5. Permaianan (*Play*)

Strategy is play adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Teh Secang dalam hal ini melakukan manuver berupa olahan inovasi yang berbeda, dengan mengembangkan produksi teh celup berbahan dadar secang.

Berwirausaha seperti yang dilakukan para pemilik UMKM Teh Secang ini adalah salah satu bentuk dari bekerja dengan tujuan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Pekerjaan berdagang atau berwirausaha mendapatkan tempat terhormat dalam ajaran Islam, seperti yang disabdakan

Rasulullah SAW yang telah disebutkan pada bab sebelumnya bahwa pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli (perdagangan) yang mabrur yaitu jual beli yang bersih dan didasari atas suka sama suka.

Dalam Islam, bekerja atau berwirausaha sangat dianjurkan dan tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan dan memenuhi kebutuhan hidup saja tetapi juga karena ingin mencapai *falah* yakni kesejahteraan dunia dan akhirat. Berwirausaha sudah ada aturannya yang sesuai dengan ajaran islam berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah juga Ijma' ulama yang mengajarkan tentang kehidupan yang serba rapi, benar, adil, tertib dan teratur. Bahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh orang-orang di dunia pun sudah dikaji di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, termasuk permasalahan dalam bidang ekonomi terutama dunia wirausaha. Bagaimana pandangan Islam tentang hambatan yang di hadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, selalu ada penjelasan dan nilai positif yang diberikan dari konsep ekonomi Islam.

1. Pemasaran (*bay'*)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada landasan teori, pemasaran diperlukan dalam pengembangan UMKM ataupun sebuah usaha agar rencana-rencana strategis dapat diarahkan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dari hasil penelitian dapat dianalisis bagaimana pandangan ekonomi islam tentang pemasaran yang ada pada UMKM Teh Secang Desa Sidamulih, permasalahan pada aspek pemasaran menjadi masalah yang berkaitan erat dengan aspek manajemen dimana kegiatan ini memerlukan sistem organisasi dan manajerial yang baik dan terstruktur, sedangkan pada keadaan sebenarnya sebagian besar pelaku UMKM itu sendiri masih belum menerapkan sistem manajemen dalam usaha mereka yang dapat membentuk strategi-strategi pemasaran yang tepat sasaran. Segala bentuk kegiatan pemasaran yang dianjurkan dalam islam seperti berlaku adil, simpatik, khidmah dalam melayani konsumen, tepat janji, jujur, dan tidak berburuk sangka harus selalu diterapkan agar

usaha tersebut bisa terus berkembang dan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat.



2. Sumber Daya Insani

Dalam islam sumber daya manusia dikenal dengan sumber daya Insani, dari hasil penelitian rendahnya kualitas sumber daya insani menjadi salah satu faktor penghambat pengembangan UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo, Islam, sumber daya insani dengan integritas dan kompetensi yang matang sangat diperlukan dan menjadi tolak ukur keberhasilan seseorang. Integritas tanpa kompetensi akan menghalangi suatu kemajuan, begitu juga dengan kompetensi tanpa integritas akan menggrogoti usahanya karena bukan hanya kepintaran yang di butuhkan tapi juga kejujuran.

Jadi, harus seimbang antara keduanya. Pemilihan pegawai yang berpengalaman harus berdasarkan pengujian terlebih dahulu dan pengharusan adanya pembukuan di setiap divisi (perusahaan). Pengujian ditekankan masuk ke dalam wilayah yang tidak hanya berurusan dengan kompetensi, akan tetapi termasuk ada unsur integritas di dalamnya. Islam menjunjung tinggi hak-hak pekerja, karena sumber daya insani adalah faktor penggerak yang paling utama. Sumber daya insani adalah *Human capital* yang berperan lebih besar daripada modal finansial. Apabila sumber daya insani memenuhi prasyarat yang ada, yakni bisa diandalkan sebagai *human capital* karena mempunyai kompetensi dan integritas yang baik, maka sumber daya lainnya yang berupa keuangan dan teknologi akan terjaga dengan baik. Hal tersebut akan sangat berperan dalam pengembangan usaha dan memajukan perekonomian Negara. (Fauzia & Riyadi, 2014:276)

Islam menganjurkan kepada para pekerja untuk melakukan tugas dan pekerjaan tanpa ada penyelewengan dan kelalaian, serta bekerja secara efisien. Dalam Al-Qur'an ditegaskan, bahwa kompetensi adalah faktor utama, pada surat al-isra' [17]: 36 dijelaskan tentang larangan mengikuti apa yang seseorang tidak mempunyai kemampuan pengetahuan tentang hal tersebut.

Dengan demikian pekerja yang tekun, kompeten dan memiliki integritas tinggi sangat di butuhkan dalam pengembangan usaha, jika pekerja tersebut bekerja sesuai dengan kompetensi keahlian dan pengetahuannya maka pekerja tersebut berhak mendapatkan kompensasi sesuai kualitas dan kuantitas yang dilakukannya.

3. Teknologi

Pentingnya mengadopsi teknologi guna mengembangkan usaha sangat dianjurkan dalam islam karena itu sama saja kita memanfaatkan dengan baik apa yang telah Allah SWT ciptakan. Teknologi merupakan pengembangan dan penggunaan dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya, bukan justru menimbulkan masalah baru seperti yang di hadapi para pelaku UMKM Teh Secang, seharusnya dengan teknologi proses produksi bisa menjadi lebih efisien, promosi menjadi lebih mudah, dan konsumen lebih mudah dijangkau. Permasalahan ini menjadi masalah yang kompleks yang berkaitan dengan kualitas sumber daya insaninya dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dalam Al-Qur'an Surat Al-Anbiyaa [21]: 80 menjelaskan tentang hubungan antara teknologi dan Islam:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah) (Q.S. Al-Anbiyaa [21]: 80).

Menurut tafsir yang ada pada kitab Al-Qurthubi, ayat tersebut merupakan pokok landasan tentang upaya pembuatan alat-alat dan sebab-sebab. Islam menganjurkan untuk menciptakan atau menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan kita. Itulah teknologi, yang dimana ide pemanfaatannya telah ada di dalam Al-Qur'an.

4. Modal

Memiliki harta dan memproduksi barang-barang yang baik adalah sah menurut islam. Itulah yang telah di lakukan oleh para pemilik UMKM

Teh Secang di Desa Sidamulih ini, semua responden menyatakan bahwa mereka pada awal usaha menggunakan modal pribadi yang berasal dari tabungan sendiri.

Bahkan sampai sekarang masih tetap ada yang menggunakan modal sendiri tanpa melakukan pinjaman modal kepada lembaga keuangan. Para pelaku usaha ini sangat kompeten melihat peluang yang ada pada kekayaan sumber daya alam daerah Lampung yang bisa mereka olah menjadi produk yang bernilai dan memiliki nilai jual. Dalam islam sumber daya alam merupakan modal yang telah Allah limpahkan kepada umat manusia agar bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2]: 29-30:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ □

29. *Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu. (Q.S Al-Baqarah [2]: 29)*

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

30. *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (Q.S Al-Baqarah [2]: 30)*

Kendala yang dapat terjadi jika manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini *tidak* dapat memikirkan dan memanfaatkan dengan baik apa yang telah Allah ciptakan di muka bumi maka akan timbul kelangkaan sumber daya alam. Inilah yang menjadi salah satu hambatan yang bisa dihadapi para pelaku UMKM Teh Secang. Mahalnya bahan baku adalah imbas dari

kelangkaan tersebut dan mengakibatkan naiknya harga produk, hal ini juga yang akan memengaruhi daya beli konsumen yang menurun.

5. Kemitraan

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan kedua belah pihak *atau* lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama. Dalam ekonomi Islam telah dijelaskan mengenai kerja sama atau kemitraan. Kerja sama dalam Islam merupakan suatu bentuk saling tolong menolong terhadap sesama yang disuruh dalam agama Islam selama kerja sama itu tidak dalam bentuk perbuatan yang dilarang agama dan permusuhan. (Syarifuddin, 2010:239)

Dalam hal ini para pelaku usaha di Sentra UMKM Teh Secang seharusnya bisa lebih memahami arti penting menjalin sebuah kerja sama guna mendukung perkembangan usahanya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam Islam hal ini sama saja seperti tolong menolong dalam kebaikan dan saling menguntungkan, bukan semata-mata mitra yang terjalin karena adanya pinjam-meminjam kebutuhan finansial seperti yang di pahami oleh beberapa pelaku usaha.

6. Manajemen

Banyak upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Sentra UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih dalam mengelola usaha mereka, tetapi banyak juga pelaku usaha yang belum mampu menerapkan manajemen yang baik sehingga usaha yang dijalankan belum berjalan maksimal. Rasulullah SAW menjadi suri tauladan dalam membentuk suatu manajemen, hal ini memiliki hubungan yang kompleks dengan sumber daya insani, dimana pribadi yang bisa mengorganisasi, mengimplementasi, mengevaluasi, dan mengendalikan segala yang berada di bawah tanggungjawabnya, yaitu dengan mempertimbangkan beberapa aspek, yang berkaitan dengan aspek rasionalitas, emosionalitas, dan spritualitas.

Seseorang tidak cukup mempertimbangkan dua dari tiga aspek saja, ketika berhadapan dengan segala permasalahannya. Selain itu aspek spiritualitas merupakan wujud dari *hablun minallah* dengan cara menjalin

hubungan baik dengan sesama manusia (*hablun minannas*). Ketika seseorang mempertimbangkan ketiga hal tersebut dalam setiap kegiatan usaha mereka maka akan mendapat keuntungan yang berlipat ganda, atau dalam ekonomi Islam biasa disebut dengan *falah*, yakni keuntungan di dunia dan akhirat. (Fauzia, 2014 :288)

7. Inovasi

Dalam hal ini inovasi diperlukan agar produk teh secang tidak terlalu monoton dan membuat para pelanggan menjadi jenuh dan merasa bosan. Inovasi harus menghasilkan produk yang berkualitas dan bernilai jual tinggi. Seperti yang kita ketahui inovasi merupakan sebuah karakter dari seorang pebisnis yakni inovatif. Para pemilik UMKM yang menghadapi hambatan kurangnya inovasi dituntut untuk bisa melahirkan ide-ide dan strategi yang menarik guna mengembangkan usahanya. Dalam islam, usaha seseorang untuk berinovasi agar keadaan menjadi lebih baik dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Ar-Ra'd [13]: 11:

لَهُ مَعْقِبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

Sangat jelas arti dari ayat tersebut yang mengharuskan kita berusaha jika ingin mendapatkan suatu hal yang baik maka berusahalah dengan baik. Sama halnya dengan berinovasi jika pelaku usaha mau berusaha melahirkan gagasan-gagasan baru yang menarik maka itu akan berdampak positif dalam perkembangan usaha dalam menghadapi keadaan pasar yang mulai sepi dan selera konsumen yang mulai jenuh dengan teh secang.

Islam telah mengkaji permasalahan-permasalahan tersebut sesuai dengan apa yang terdapat di dalam Al-Qur'an, penganlisaan masalah berdasarkan perspektif ekonomi islam memberikan nilai positif tersendiri

bagi para pelaku usaha agar mampu mengatasi setiap hambatan permasalahan dalam pengembangan usahanya. Sentra UMKM Teh Secang ini memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian masyarakat sekitar, memberikan kemaslahatan umat dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Maka dari itu Sentra UMKM ini harus terus berlangsung dan selalu bisa berkembang sehingga mendorong perekonomian daerah dan masyarakat agar lebih maju.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan ini akan ditulis jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan dalam bab pertama. Oleh sebab itu, dari penelitian dan pemaparan yang telah ditulis pada bab-bab sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan, sebagai berikut yaitu:

1. UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas memiliki potensi untuk terus berkembang. Dari hasil wawancara dan observasi langsung kepada salah satu pelaku UMKM dengan melihat secara langsung kondisi lingkungan usaha para pelaku UMKM masih bisa mengatasi hambatan-hambatan yang saat ini dihadapi, terutama menjalin kerja sama/kemitraan dengan pihak-pihak terkait agar jaringan usaha bisa lebih luas, mendapatkan mitra yang tepat dan juga sama-sama kompeten, akses permodalan jadi lebih mudah, pinjaman dengan bunga yang rendah, dan bantuan dari pemerintah baik modal berupa finansial maupun non finansial. Selain itu perekrutan tenaga kerja di luar lingkungan sentra UMKM diperlukan untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompeten dan memiliki nilai integritas tinggi, sehingga dapat mengadopsi teknologi yang bisa meningkatkan kualitas produk dan kegiatan produksi menjadi lebih efisien. Terkelolanya strategi pemasaran dengan diterapkannya manajemen dalam kegiatan UMKM tersebut, dengan dibekali pelatihan terkait peran pentingnya manajemen dan didukung sumber daya yang berpengalaman dan memiliki ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis sehingga perusahaan dapat terkelola dan berkembang dengan baik. Serta sumber daya manusia yang memiliki kompetensi untuk menciptakan/menemukan gagasan baru, berinovasi agar produk dan tempat usaha menjadi lebih menarik, dan memiliki daya saing yang tinggi.
2. Tinjauan Hambatan Pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam pada Sentra UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan

Rawalo, pengadaan sumber daya insani yang memiliki kematangan integritas dan kompetensi memang bisa menjadi kemajuan bagi usaha tetapi dari hasil penelitian cukup sulit bagi pelaku UMKM untuk menemukan sumber daya insani yang memenuhi kriteria tersebut, selanjutnya pengadopsian teknologi yang canggih sangat dianjurkan dalam Islam guna meningkatkan kualitas produk tetapi hal ini menjadi penghambat ketika tidak didukung dengan kualitas sumber daya insani yang rendah dan juga ketersediaan modal yang terbatas, dalam perspektif ekonomi Islam bermitra/bekerja sama dalam mengembangkan usaha dianjurkan karena tergolong dalam kegiatan saling tolong menolong dalam kebaikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda atau dalam ekonomi Islam disebut dengan *falah*, keuntungan di dunia dan akhirat.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Melihat potensi dan kontribusi yang dimiliki Sentra UMKM teh secang di Desa Sidamulih, disarankan kepada Pemerintah serta Badan Usaha Milik Negara/Daerah untuk memberikan solusi terhadap permasalahan hambatan yang di hadapi para pelaku UMKM dan melakukan kembali pembinaan serta memfasilitasi kegiatan para pelaku UMKM dan mempromosikan produk-produk lokal Sentra UMKM sehingga mereka dapat terus bertahan dan mengembangkan usahanya.
2. Untuk para pengrajin usaha teh secang diharapkan agar dapat mengerti arti pentingnya manajemen dalam sebuah usaha, dan dapat memproduksi teh secang atau olahan aneka oleh-oleh berbahan baku secang yang lebih inovatif, dengan ciri khas dari masing-masing pelaku UMKM.

C. Penutup

Dengan memanjatkan rasa syukur yang tiada batasan kepada Alloh Swt, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Penulis

mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kesalahan yang belum sempat diperbaiki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang ada dalam penulisan ini dan senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun, agar dapat meningkatkan kualitas keilmuan, wawasan dan pengetahuan penulis.

Semoga skripsi yang penulis buat ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, dan semoga Allah Swt selalu memberikan ilmu yang bermanfaat dan barokah bagi penulis. Aamiin.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Tri Siwi. 2015. *Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo, 2011. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Dikota Semarang*”, Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis*, Dalam ejournal3.undip.ac.id
- Aminudin Aziz, Fathul, 2012. *Manajemen dalam perspektif islam*. Majenang, Pustaka EL Bayan.
- Anoraga dan Sudantoko, 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta
- Anoraga, Pandji, 2010. *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana.
- Anwar, Arifin. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Arif Pujiyono, Ro’fah Setyowati, Idris, 2011. *Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global*, Dalam *Indonesian Journal of Halal* ISSN:2623-162X
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Simi Suhar. 2000. *Manajemen Penemitan Edisi Baru*. Yogyakarta : Rineka Cipta.
- Ayie Eva Yuliana, 2013. *“Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen”* Skripsi, Yogyakarta: UNES Universitas Negeri Semarang.
- Badan Pusat Statistik Nasional 2017
- Beik, Irfan Syauqi, et. Al., 2016. *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Edisi I, Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiarto, Rachmawan. 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Gadjah Mada University Press : Yogyakarta.
- Borzooei, M. and Asgari, M., 2013. *The Halal brand personality and its effect on purchase intention*’, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol.5. No. 3.

- Dirlanudin, 2008. *Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil*. Jurnal Ilmiah Niagara 1, No. 2.
- Fauzia, Ika Yunia dan Riyadi, Abdul Kadir, 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syari'ah*, Jakarta: Kencana.
- Hamid, E.S. & Susilo, Y. S. (2011), *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan Vol. 12. No. 1.
- Heru Susanto, 2016. "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta*", Skripsi, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Husein Umar, 2001. *Strategic Management in Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Idri, 2015. *Hadits Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana.
- Ikhsani, Mastur Majib dan Slamet Eko Budi Santoso, 2020. "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas*", Dalam *Jurnal Semnas LPPM Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, Dalam ejournal LPPM UMP ISBN: 978-602-6697-66-0
- Indrawijaya, Adam 1989. *perubahan dan pengembangan Organisasili*, Bandung, Sinar Baru.
- Irviani, R., & Fauzi, 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- J. Winardi, 2015. *Manajemen Perubahan (The Management Of Change) Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kuncoro, Mudrajad.2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Bank Indonesia, 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*, Jakarta.
- Lexy J Moleong, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Maulida Merdekawati, Elza, 2018. *“Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung
- Mira Nurmaghribah, 2006. *“Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”*, Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta.
- Muchji, M., & Priyono B. S. (2004). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transaksional terhadap Kinerja Karyawan yang Dimoderasi Gaya Kepemimpinan Transformasional*. Telaah Managemen, Vol.1 2.
- Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin. 2014. *Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa, Buku Kesatu*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Partomo, Tiktik Sartika dan Soejoedono, Abd.Rachman, 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Purnomo, Setiawan Hari dan Zulkieflimansyah, 1999. *Manajemen Strategi : Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reslawati, Ade, 2011. *“Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia”*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sochimim. 2016. *Kewirausahaan: Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sulistia Teg., 2012. *Perlindungan Hukum dan Pemberdayaan Pengusaha Kecil dalam Ekonomi Pasar Bebas*, Hukum Bisnis Volume 27 Nomor 1 Tahun 2008. Bandingkan dengan Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajeemen Usaha Kecil*, Cet. II Bandung: Alfabeta.
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 6 No. 1 hal 52 Januari 2017.

- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suhar Simi, Arikunto, 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukirno, Sadono et al., 2004. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Penamedia.
- Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib, 2010. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana.
- Susilo, S.Y., Krisnadewa, P.d., dan soeroso, A., 2008. *Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascagempa : Kasus di Kabupaten Klaten(Jteng) dan Kabupaten Bantul (DIY)*. Jurnal Akutansi Bisnis dan Manajemen , Vol. 15 No. 2.
- Susilo, Sri dan Krisnadewa, P Didit, 2007, *Strategi Bertahan Industri Pasca Gempa Bumi di Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9.
- Syahwil Muhammad, 2013. *Panduan Mudah Simulasi dan Praktik: Mikrokontroler Arduino*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Syarifuddin, Amir, 2010. *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, <https://www.slideshare.net/.../kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menen>.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tentang UMKM, Pasal (1) Tahun 2008.
- Wilantara, R. F., & Susilawati. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama
- Yunan. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. *Journal Master Theses Economy Development*. (Universitas Sumatera Utara). <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/7200>. Diakses 14-04-2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Wawancara I

Hari, tanggal : Sabtu, 20 November 2021

Waktu mulai dan selesai : 14:00 WIB s/d 15:00 WIB

A. Identitas Informan

Nama : Bukopinaring Wedhar Prihatin

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Pemilik UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih

B. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana manajemen yang telah dilakukan sebelumnya dalam UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas?
2. Apa saja kendala-kendala produksi yang sering terjadi?
3. Apa saja kendala-kendala pemasaran yang sering terjadi?
4. Apa sebab dan dampaknya bagi perusahaan?
5. Bagaimana langkah yang diterapkan perusahaan untuk meminimalisir kendala tersebut?

Lampiran 2

Foto Dokumentasi Penelitian











PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)
0254010011753

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada :

Nama Pemilik Usaha : BUKO PINANGSI WEDAR PRIDIATIN
Nomor KTP : 3802044709689094
NPWP Pemilik Usaha :
Nama Usaha : FELLICCU
NPWP Usaha :
Alamat : SIDAMULIH, Kec. Sidamulih, Kec. Rawalo, Kab. Banyuwangi, Prov. Jawa Tengah
Kode dan Nama KBLI : 11040 - INDUSTRI MEUBELERAN KAYU
Alamat Kegiatan :
Kekayaan Bersih : Rp 6.000.000 (+ Empat Juta Rupiah)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bentuk Pendaftaran Perizinan Multi-Berusaha yang sekaligus merupakan pengisian Tanda Daftar Perusahaan dan buku akta perusahaan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan tindakan penarikan atau lain sesuai (mis. terdapat/terdapatnya) sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat bersifat umum dengan memperhatikan ketentuan berusaha.
5. Apabila terdapat kecurdikan yang merugikan kepentingan dalam Kegiatan ini, maka akan ditindaklanjuti berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ditandatangani tanggal 13 Oktober 2020

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



Anda akan teralihkan melalui Sistem OSS ke situs resmi dari pemilik usaha. *Silakan dan pastikan pada saat yang ditunjukkan bahwa dokumen ini akan ditinjau secara berkala dalam Sistem OSS secara otomatis untuk memastikan bahwa informasi

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS
DINAS KESEHATAN
Jl. R.A. Wiryatmaja No.4 Purwokerto 53151
Telp. (0281) 632971

SERTIFIKAT PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

Nomor : 266/3302/2020

Diberikan kepada :
Nama : **BUKO PINARING WEDAR PRIHATIN**
Jabatan : Pemilik / Penanggungjawab *)
Alamat : Desa Sidamulih Rt 04/Rw 02 Kecamatan Rawalo
Kabupaten Banyumas

Yang telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan dalam rangka Pemberian Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang diselenggarakan di :

Kabupaten : **BANYUMAS**
Provinsi : **JAWA TENGAH**
Pada tanggal : **30 SEPTEMBER 2020**

Dikeluarkan di : Purwokerto
Tanggal : 12 Oktober 2020



KEPALA DINAS KESEHATAN
KABUPATEN BANYUMAS

SADIYANTO, SKM, M.Kes.
Beribana Utama Moda
NIP. 19621011 198402 1 001



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

IZIN USAHA

(Izin Usaha Mikro Kecil)

Berdasarkan ketentuan Pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Lembaga OSS menerbitkan Izin Usaha berupa **Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)** kepada:

Nama Pemilik Usaha : BUKO PINARING WEDAR PRIHATIN
Nomor Induk Berusaha : 0254010011753
Alamat Pemilik Usaha : SIDAMULIH, Kel. Sidamulih, Kec. Rawalo, Kab. Banyumas, Prov. Jawa Tengah
Nama Usaha : FELLICCU
Kode KBLI : 11040
Nama KBLI : INDUSTRI MINUMAN RINGAN
Alamat Usaha : RT. 003/002, Kel. Sidamulih, Kec. Rawalo, Kab. Banyumas, Prov. Jawa Tengah

IUMK berlaku untuk melakukan kegiatan usaha baik produksi maupun penjualan barang/jasa dan berlaku sebagai izin lokasi usaha sesuai ketentuan perundanguan.

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) berlaku efektif sejak tanggal dikeluarkannya.

Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Tanggal Terbit Izin Usaha : 15 Oktober 2020



Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang terlampir dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI



**PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Jend. Soedirman No. 540 Purwokerto Kode Pos 53116
Telp. (0281) 627965, 624521 Fax. (0281) 624521
E-mail : dmpptsp.kabbanyumas@gmail.com Website : dmpptsp.banyumaskab.go.id

SERTIFIKAT PRODUKSI PANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA

P-IRT NOMOR : 5103302022914-26

Diberikan Kepada :

Nama IRT : SECANGISASI
Nama Pemilik : BUKO PINARING WEDAR PRIHATIN
NIB : 0254010011753
Alamat Produksi : Desa Sidamulih RT 003 RW 002 Kecamatan Rawalo
Kabupaten Banyumas
Jenis Pangan : TEH CELUP
Kemasan Primer : Plastik

yang telah memenuhi persyaratan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga, dan telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan yang diselenggarakan di:

Kabupaten : Banyumas
Provinsi : Jawa Tengah
Pada tanggal : 30 September 2020

SPP-IRT berlaku paling lama 5 (lima) tahun dihitung sejak tanggal diterbitkan dan dapat diperpanjang melalui permohonan SPP-IRT yang dapat diajukan paling lambat 6 (enam) bulan sebelum berakhir.



Dikeluarkan di : Purwokerto
Pada tanggal : 19 Februari 2021

n.p. BUPATI BANYUMAS
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

AMRIN MA'RUF, S.Sos., M.Si.
Pembina Tk. I
BANIP 19720530 199203 1 006

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHR

Lampiran 3

Surat-Surat

3.1. Surat Permohonan Persetujuan Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-638624, Fax: 0281-638553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 10 Juni 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Mega Dita Pradana
2. NIM : 1717201159
3. Semester : VIII (Delapan)
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Tahun Akademik : 2020/2021

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Strategi Pengembangan UMKM Teh Sechang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.
Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Hormat Saya,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Mega Dita Pradana
NIM. 1717201159

Menyetujui
Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Tembusan:

- 1.
- 2.
- 3.

Wakil Dekan I
Kasubbag AKA
Arsip

3.2. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

Nomor : 0174/In.17/FEBI.J.E.S/PP.009/I/2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Purwokerto, 27 Januari 2021

Kepada:
Yth. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 29 September 2020 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Mega Dita Pradana
NIM : 1717201159
Semester : VII (Tujuh)
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Upaya Pengembangan UMKM Teh Kelor di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Encha Hilvatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

3.3. Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 174/In.17/FEBI.J.E.S/PP.009/I/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Mega Dita Pradana NIM. 1717201159

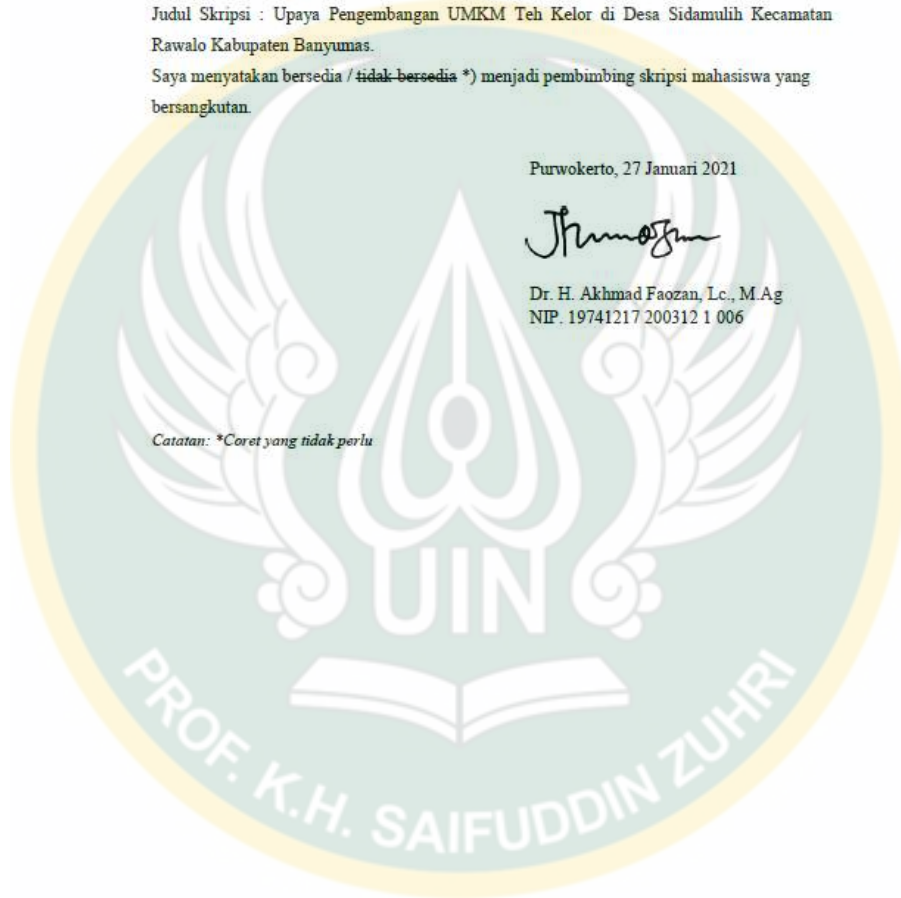
Judul Skripsi : Upaya Pengembangan UMKM Teh Kelor di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 27 Januari 2021

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag
NIP. 19741217 200312 1 006

Catatan: *Coret yang tidak perlu



3.4. Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53125
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www/iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 0252/In.17/FEBLJ/ES/PP.009/II/2021

Purwokerto, 04 Februari 2021

Lamp :-

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Dr. H. Akhmad Faozan, Lc.,M.Ag.

Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Mega Dita Pradana
2. NIM : 1717201159
3. Semester : VII (Tujuh)
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Sidamulih RT 01/ RW 03
Kec. Rawalo/ Kab. Banyumas
6. Judul Skripsi : Upaya Pengembangan UMKM Teh Kelor di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikam Wr. Wb.

Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laila Hilvatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

3.5. Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Mega Dita Pradana
 NIM : 1717201159
 Semester : VIII (delapan)
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah mengikuti seminar proposal pada:

| NO | HARI/TANGGAL | PRESENTER | TANDA TANGAN PRESENTER | |
|----|-------------------|----------------------|------------------------|--|
| | | | | |
| 1 | Senin, 8/11/2020 | Dhea Alfira | 1 | |
| 2 | Jumat, 11/9/2020 | Nabila Khonsa | 2 | |
| 3 | Jumat, 11/12/2020 | Gita Sri Mulyani | 3 | |
| 4 | Kamis, 25/2/2021 | Meta Rizky Nur Utami | 4 | |
| 5 | Kamis, 25/2/2021 | Duha Hanif Bahtiar | 5 | |
| 6 | Senin, 22/3/2021 | Suyanti | 6 | |
| 7 | Senin, 5/4/2021 | Ismiyati | 7 | |
| 8 | Senin, 3/5/2021 | Neila Salmah | 8 | |
| 9 | Senin, 17/5/2021 | Nur Annisa | 9 | |



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

| | | | |
|----|------------------|------------|----|
| 10 | Senin, 31/5/2021 | Sri Watini | 10 |
|----|------------------|------------|----|

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama : Ismiyati
Judul Proposal : Konsep dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa
Desa Cilempuyang di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Analitis
Pemanfaatan Dana Desa)
Materi yang dibahas/ : Pemberdayaan ekonomi apa yang paling efektif dilakukan di saat
Pertanyaan Masa pandemi terkhusus untuk Desa Cilempuyang?

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Purwokerto, 11 Juni 2021

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Enela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 198511122009122007



3.6. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
Nomor: 1566/In.17/FEBLJES/PP.009/VII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Mega Dita Pradana
NIM : 1717201159
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Dr. H. Akhmad Fauzan, Lc., M.Ag
Judul : Strategi Pengembangan UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawulo Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 05/07/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 6 Juli 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laefa Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007



3.7. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1883/In.17/FEBI.J.E.S/PP.009/VIII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Mega Dita Pradana

NIM : 1717201159

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 05/08/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **78 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **6 Agustus 2021**
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

3.8. Surat Permohonan Ijin Riset Individual

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636593, Website: febi.uinsu.ac.id

Nomor : 2881/Un./FEBLJES/PP.009/XI/2021
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Ijin Riset Individual**

Purwokerto, 19 April 2021

Kepada Yth.
Pemilik UMKM Teh Secang
Di Desa Sidamulih

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Mega Dita Pradana
2. NIM : 1717201159
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah.
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Sidamulih RT.01 / RW 03, Kec. Rawalo
6. Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas).

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM
2. Tempat/ Lokasi : Pengrajin Teh Secang Desa Sidamulih
3. Waktu Penelitian : 15 April 2021 s/d 15 Januari 2022
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara, dan Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubag Akademik
3. Arsip

3.9. Surat Rekomendasi Ujian Munaqasyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553 febi.iainpurwokerto.ac.id

REKOMENDASI MUNAQOSAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : 85725757483
NIM : 1717201159
Semester/ SKS : IX/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 26 Januari 2022
Dosen Pembimbing



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

3.10. Blanko Kartu Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat : J. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53122
 Telp : 0291-62624, 62625, Fax : 0291-62623, www.iainpurwokerto.ac.id

BLANKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Meqa Dita Pradhana
 NIM : 1717201159
 Prodi/semester : VIII Ekonomi Syariah
 Dosen Pembimbing : Dr. H. Fiqihul Anisudin Azir, M.M
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan UMKM The Socang di Desa Sidarmah Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyuwangi

| No | Bulan | Hari/Tanggal | Materi Bimbingan*) | Tanda Tangan**) | |
|----|---------|------------------------|--|-----------------|-----------|
| | | | | Pembimbing | Mahasiswa |
| 1 | April | Senin, 5 April 2021 | Analisis Proposal Skripsi | | |
| 2 | Mei | Sabtu, 1 Mei 2021 | Isi Proposal Skripsi | | |
| 3 | Mei | Jumat, 21 Mei 2021 | Teknik Perbaikan Naskah Proposal Skripsi | | |
| 4 | Mei | Senin, 24 Mei 2021 | Metode Penelitian | | |
| 5 | Agustus | Rabu, 18 Agustus 2021 | Daftar Isi | | |
| 6 | Oktober | Selasa, 5 Oktober 2021 | Sistematika Kepenulisan | | |



KEMENTERIAN AGAMA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat : J. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53122
 Telp : 0291-62624, 62625, Fax : 0291-62623, www.iainpurwokerto.ac.id

| | | | | |
|---------|-------------------------|------------------------|--|--|
| Oktober | Selasa, 9 November 2021 | Kajian Pustaka | | |
| | | Landasan Teori | | |
| Januari | Jumat, 22 Januari 2022 | Sistematika Pembahasan | | |

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 24 Januari 2022
 Pembimbing,

Dr. H. Akhmad Fauzan, Lc., M.Si.
 NIP. 197412172003121000

3.11. Surat Keterangan Wakaf



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
Website: <http://lib.uinsaizu.ac.id>, Email: lib@uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN WAKAF

Nomor : B-230/Un.19/K.Pus/PP.08.1/1/2022

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : MEGA DITA PRADANA

NIM : 1717201159

Program : SARJANA / S1

Fakultas/Prodi : FEBI / ES

Telah menyerahkan wakaf buku berupa uang sebesar **Rp 40.000,00 (Empat Puluh Ribu Rupiah)** kepada Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat keterangan wakaf ini dibuat untuk menjadi maklum dan dapat digunakan seperlunya.



Purwokerto, 24 Januari 2022

Kepala,

Anis Nurohman

Lampiran 4

Sertifikat-Sertifikat

4.1. Sertifikat BTA-PPI

IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 626250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/1/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

MEGA DITA PRADANA
1717201159

| MATERI UJIAN | NILAI |
|--------------|-------|
| 1. Tes Tulis | 80 |
| 2. Tertil | 85 |
| 3. Tahfidz | 90 |
| 4. Insha' | 70 |
| 5. Praktek | 70 |

NO. SERI: MAJ-G1-2019-497

Sebagai tanda yang bersangkutan telah **LULUS** dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengalaman Ibadah (PPI).

Purwokerto, 24 Januari 2019
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

[Signature]
Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002

4.2. Sertifikat Bahasa Arab



4.3. Sertifikat Bahasa Inggris



4.4. Sertifikat Aplikom



4.5. Sertifikat PBM



4.6. Sertifikat PPL



4.7. Sertifikat KKN



4.8 Sertifikat Jambore Kopma Nasional



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Mega Dita Pradana
2. NIM : 1717201159
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 16 Oktober 1999
4. Alamat Rumah : Sidamulih RT 01/ RW 03, Kec. Rawalo, Kab.
Banyumas 53173
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Darmawan Winardi
Nama Ibu : Sangidah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 1 Sidamulih, lulus tahun 2011
 - b. SMP/MTs, tahun lulus: SMP Negeri 1 Jatilawang, lulus tahun 2014
 - c. SMA/MA, tahun lulus: SMA Negeri 1 Jatilawang, lulus tahun 2017
 - d. S.1 tahun : UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Prestasi Akademik

1. Olimpiade IPA 2010

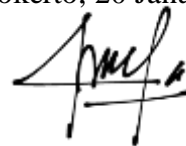
D. Prestasi Non-Akademik

1. Galang Tangguh 2009
2. Lomba Cipta Baca Puisi 2010
3. Jumbara PMR XXII PMI Kabupaten Banyumas 2015
4. Jambore KOPMA Nasional 2018

E. Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon FEBI
2. DEMA FEBI
3. KOPMA KSM Purwokerto

Purwokerto, 20 Januari 2022



(Mega Dita Pradana)