

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan penelusuran penelitian ini akan dapat dipastikan sisi ruang yang akan diteliti yang dapat diteliti dalam ruangan ini, dengan harapan penelitian ini tidak tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang berhasil dipilih untuk dikedepankan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Analisis Data	Hasil
1.	Hendry Meilana Trenggono, 2009, Analisis Potensi dan Hambatan UMKM Depok.	Profil UMKM, Potensi dan Permasalahan	Penyajian data dengan SIG, dan Anlisis Data dengan Statistik Deskriptif	UMKM Depok mempunyai potensi pada Aspek modal, Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen. Hambatannya ada pada modal, produksi dan pemasaran
2.	Jaka Sriyana, 2010, Strategi Pengembangan UKM (Studi Kasus di Kabupaten Bantul)	Identifikasi Permasalahan UKM untuk Menentukan Strategi Pengembangan	Statistik Deskriptif	Permasalahan yang dihadapi UKM Bantul adalah (1)pemasaran, (2) modal dan pendanaan, (3) inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, (4) pemakaian bahan baku,(5) peralatan produksi, (6) penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, (7) rencana pengembangan usaha, dan (8) kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal

3.	Sukesi, 2011, Analisis Implementasi Pemberdayaan UMKM Kota Malang	Identifikasi Potensi dan Permasalahan serta Faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM Kota Malang	Statistik Deskriptif	Hambatannya ada pada modal, produksi, kelembagaan, aspek teknologi, bahan baku, pemasaran dan tenaga kerja
4.	Rusdarti, 2010, Potensi Ekonomi Daerah Dalam Pengembangan UKM Unggulan di Ungaran Kabupaten Semarang.	Penentuan Sektor Unggulan	Analisis <i>Location Quotient</i> (LQ)	Sektor Unggulan di Ungaran adalah industri pengolahan
5.	Haryadi, 2011, Profil dan Permasalahan UMKM dalam Kajian pemanfaatan bantuan pemerintah untuk pengembangan UMKM Provinsi Jambi.	1. Gambaran umum tentang pemanfaatan bantuan pemerintah dalam pengembangan UMKM, 2. Hambatan yang dihadapi	Studi Kepustakaan dan Studi Lapangan	1. Tidak semuanya bantuan modal pemerintah digunakan sesuai dengan tujuan pemerintah. 2. Modal bukan satu-satunya faktor penghambat, faktor lain yaitu kualitas SDM, perencanaan, pembinaan dan pengawasan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Hal yang membedakan adalah:

1. Penelitian ini berusaha untuk menemukan sektor UMK yang potensial diantara beberapa sektor UMK yang ada di Kecamatan Singosari, dengan menggunakan alat analisis Location Quotient (LQ) yaitu alat analisis yang digunakan untuk menentukan kategori suatu sektor termasuk dalam sektor basis atau bukan basis.

2. Setelah ditemukan sektor UMK potensial (sektor basis) kemudian dilakukan identifikasi potensi dan permasalahan terhadapnya, dengan alat analisis deskriptif kualitatif.

## **2.2. Kajian Teoritis**

### **2.2.1. Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU di Indonesia memberikan definisi yang berbeda mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang diterbitkan pada tanggal 4 Juli 2008 adalah sebagai berikut:

1. *Usaha Mikro*
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah)
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah)
2. *Usaha Kecil*
  - a. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah)
  - b. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

### 3\_Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah).

Menurut Bank Indonesia UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa: (a) modalnya kurang dari Rp 20 juta; (b) untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta; (c) memiliki asset maksimum Rp 600 juta diluar tanah dan bangunan; dan (d) omzet tahunan  $\leq$  Rp 1 miliar (Hubeis, 2009: 21).

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi Usaha Kecil adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5 – 19 orang sedangkan Usaha Menengah adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 20 – 99 orang (Sriyana, 2010) .

Di negara lain atau tingkat dunia, terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UKM yang sesuai menurut karakteristik masing-masing negara, yaitu sebagai berikut (Hubeis, 2009: 21):

- a. World Bank : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja kurang lebih 30 orang, pendapatan per tahun U\$\$ 3 juta dan jumlah aset tidak melebihi US\$ 3 juta.

- b. Di Amerika : UKM adalah industri yang tidak dominan di sektornya dan mempunyai pekerja kurang dari 500 orang.
- c. Di Eropa : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-40 orang dan pendapatan per tahun 1 – 2 juta Euro, atau jika kurang dari 10 orang, dikategorikan usaha rumah tangga.
- d. Di Jepang : UKM adalah industri yang bergerak di bidang manufacturing dan retail/service dengan jumlah tenaga kerja 54-300 orang dan modal ¥50 juta – 300 juta.
- e. Di Korea Selatan : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja  $\leq 300$  orang dan aset  $< \text{US\$ } 60$  juta.
- f. Di beberapa negara di Asia Tenggara : UKM usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-15 orang ( Thailand ), atau 5-50 orang (Malasyia), atau 10-99 orang ( Singapura), dengan modal kurang lebih US\$ 6 juta.

Dari beberapa definisi tentang UMKM baik di Indonesia maupun di Luar negeri, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa UMKM adalah sebuah entitas usaha yang didalamnya mempunyai tenaga kerja, kekayaan/aset bersih dan mempunyai daerah pemasaran yang tertentu. Adapaun perbedaan mendasar adalah tentang jumlah tenaga kerja dan kekayaan aset.

Namun adanya definisi yang berbeda-beda, hendaknya dapat dijadikan referensi dan upaya untuk mengembangkan UMKM yang lebih sesuai dan baik (Hubeis, 2009:22).

### 2.2.2. Menuju UMK Unggulan

Tujuan pengembangan Usaha Mikro Kecil Unggulan ini pada dasarnya adalah untuk membangun daerah. UMK unggulan ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan membangun kebanggaan masyarakat daerah yang memiliki produk unggulan dan unik di pasar global (Kementrian Perindustrian, 2012).

Arsyad (1999:108), menyatakan bahwa masalah pokok dalam pembangunan daerah terletak pada penekanan kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan (*endogenous development*) dengan menggunakan potensi sumber daya manusia, kelembagaan dan sumber daya fisik secara lokal (daerah) seperti UKM.

Pertumbuhan industri yang menggunakan sumberdaya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja. Asumsi ini memberikan pengertian bahwa suatu daerah akan mempunyai sektor unggulan apabila daerah tersebut dapat memenangkan persaingan pada sektor yang sama dengan daerah lain sehingga menghasilkan ekspor (Rusdiarti, 2010).

### 2.2.3. UMK Unggulan Berdasarkan OVOP

Untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam wadah koperasi atau UKM, pemerintah mencanangkan progam OVOP (*One Village One Product*).

Setiap daerah memiliki produk/komoditi yang potensial untuk menjadi produk OVOP. Walaupun demikian, tidak semua produk/komoditi tersebut dapat

dikategorikan sebagai produk OVOP. Untuk dapat disebut sebagai produk OVOP, suatu produk harus memenuhi kriteria sebagai produk OVOP seperti yang telah ditetapkan.

Adapun kriteria dari Kementerian koperasi dan UKM (2012) mengenai Usaha Mikro Kecil yang memiliki produk unggulan adalah sebagai berikut:

1. Merupakan unggulan daerah yang telah dikembangkan secara turun temurun;
2. Merupakan produk khas daerah setempat;
3. Berbasis pada sumberdaya lokal;
4. Memiliki penampilan dan kualitas produk yang sesuai dengan tuntutan pasar;
5. Memiliki peluang pasar yang luas, baik domestik maupun internasional;
6. Memiliki nilai ekonomi yang tinggi;
7. Bisa menjadi penghela bagi perekonomian daerah.

Sementara menurut Kementerian Perindustrian (2012) Usaha Mikro Kecil yang memiliki produk unggulan adalah:

1. Batasan Produk

Produk yang diseleksi harus:

- a) Memiliki keunikan/ kearifan lokal (memiliki sejarah dari produk yang berkembang di wilayah tersebut),
- b) Berkualitas ekspor
- c) Diproduksi secara berkesinambungan (kontinu)

## 2. Produsen

Produsen pemilik produk yang akan diseleksi harus:

- a. Memiliki legalitas usaha
- b. Mengajukan sebagai produsen produk OVOP

## 3. Jenis Produk

Jenis produk yang dinilai adalah produk yang diajukan oleh produsen pemilik produk dan masuk dalam cakupan jenis produk IKM yang akan diseleksi sebagai produk OVOP. Cakupan jenis produk IKM yang akan diseleksi sebagai produk OVOP pada buku Petunjuk Teknis ini meliputi produk makanan ringan, minuman sari buah dan sirup buah, kain tenun, batik, kerajinan anyaman dan gerabah.

## 4. Jumlah Produk

Jumlah produk yang dapat diajukan untuk diseleksi sebagai produk OVOP dibatasi paling banyak 2 (dua) jenis produk (untuk produk tunggal) atau 2 (dua) set produk (untuk set produk).

Namun hambatan dan tantangan yang dialami pemerintah dalam menciptakan Usaha Mikro Kecil Unggulan ini adalah kurang sadarnya masyarakat akan potensi ekonomi yang ada di daerahnya (Kementrian Koperasi dan UKM, 2012). Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai komoditas potensial/ unggulan yang perlu dikembangkan dalam wadah Usaha Mikro Kecil (UMK) dengan tujuan meningkatkan perekonomian daerah.



#### 2.2.4. Metode Penentuan Sektor Potensial dalam Mengembangkan UMK Unggulan

Dalam kaitannya dengan pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Unggulan dapat dilihat dari teori basis ekonomi (Rusdiarti, 2010). Menurut Glasson (1990:64) basis ekonomi membagi perekonomian menjadi dua sektor, yaitu: (1) sektor basis adalah sektor yang mengekspor barang dan jasa ke tempat di luar batas perekonomian masyarakat yang bersangkutan atas masukan dari luar perbatasan perekonomian masyarakat yang bersangkutan, (2) sektor bukan basis yaitu sektor yang menjadikan barang yang dibutuhkan oleh orang yang bertempat tinggal di dalam batas perekonomian masyarakat yang bersangkutan.

Pendekatan secara tidak langsung mengenai pemisahan antara kegiatan basis dan kegiatan bukan basis dapat menggunakan salah satu ataupun gabungan dari tiga metode yaitu:

- a. Menggunakan asumsi-asumsi atau metode arbeter sederhana

Metode ini mengasumsikan bahwa semua industri primer dan manufaktur adalah Basis, dan semua industri Jasa adalah bukan basis. Kelemahannya adalah metode ini tidak memperhitungkan adanya kenyataan bahwa dalam sesuatu kelompok industri bisa terdapat industri-industri yang menghasilkan barang yang sebagian di ekspor atau dijual kepada lokal atau ke duanya.

- b. Metode *Location Quotient* (LQ).

Metode *Location Quotient* (LQ) adalah salah satu teknik pengukuran yang paling terkenal dari model basis ekonomi untuk menentukan sektor basis atau non basis

(Prasetyo, 2001 : 41-53). Analisis LQ dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan merumuskan komposisi dan pergeseran sektor-sektor basis suatu wilayah dengan menggunakan produk domestik regional bruto (PDRB) sebagai indikator pertumbuhan wilayah. Dengan dasar pemikiran *economic base* kemampuan suatu sektor dalam suatu daerah dapat dihitung dari rasio berikut:

$$LQ = \frac{S_i / S}{N_i / N}$$

Keterangan:

LQ = Nilai Location Quotient

$S_i$  = PDRB sektor I di Kecamatan Singosari

$S$  = PDRB total di Kecamatan Singosari

$N_i$  = PDRB sektor I di Kabupaten Malang

$N$  = PDRB total di Kabupaten Malang

Apabila hasil perhitungan menunjukkan  $LQ > 1$  berarti merupakan sektor basis dan berpotensi untuk dikembangkan, sedangkan  $LQ < 1$  berarti bukan sektor basis (Rusdiarti, 2010).

Penggunaan LQ ini sangat sederhana dan banyak digunakan dalam analisis sektor-sektor basis dalam suatu daerah. Namun teknik ini mempunyai suatu kelemahan karena berasumsi bahwa permintaan disetiap daerah adalah identik dengan pola permintaan nasional, bahwa produktivitas tiap tenaga kerja disetiap daerah sektor regional adalah sama dengan produktivitas tiap tenaga kerja dalam industri nasional, dan bahwa perekonomian nasional merupakan suatu perekonomian tertutup.

Sehingga perlu disadari bahwa: [i] Selera atau pola konsumsi dan anggota masyarakat itu berbeda-beda baik antar daerah maupun dalam suatu daerah. [ii] Tingkat konsumsi rata-rata untuk suatu jenis barang untuk setiap daerah berbeda. [iii] Bahan keperluan industri berbeda antar daerah (Mangun, 2007)

c. Metode Kebutuhan Minimum (*minimum requirements*)

Metode ini merupakan modifikasi dari metode LQ dengan menggunakan distribusi minimum dari employment yang diperlukan untuk menopang industri regional dan bukannya distribusi rata-rata. Untuk setiap daerah yang pertama dihitung adalah persentase angkatan kerja regional yang dipekerjakan dalam setiap industri. Kemudian persentase itu diperbandingkan dengan perhitungan hal-hal yang bersifat kelainan dan persentase terkecil dipergunakan sebagai ukuran kebutuhan minimum bagi industri tertentu. Persentase minimum ini dipergunakan sebagai batas dan semua employment di daerah-daerah lain yang lebih tinggi dari persentase dipandang sebagai employment basis. Proses ini dapat diulangi untuk setiap industri di daerah bersangkutan untuk memperoleh employmen basis total (Mangun, 2007)

Dibandingkan dengan metode LQ, metode ini malahan lebih bersifat arbiter karena sangat tergantung pada pemilihan persentase minimum dan tingkat disagregasi yang terlalu terperinci malahan dapat mengakibatkan hampir semua sektor menjadi kegiatan basis atau ekspor (Mangun, 2007).

Pada penelitian ini, dipilih pendekatan Location Quotien (LQ). Walaupun teori ini mengandung kelemahan, namun sudah banyak studi empirik yang dilakukan dalam rangka usaha memisahkan sektor-sektor basis – bukan basis. Disamping

mempunyai kelemahan, metode ini juga mempunyai dua kebaikan penting, *pertama* ia memperhitungkan ekspor tidak langsung dan ekspor langsung. *Kedua* metode ini tidak mahal dan dapat diterapkan pada data historik untuk mengetahui trend (Prasetyo, 2001).

Dari hasil analisis ini, akan ditemukan sektor basis (unggulan) pada suatu daerah, sehingga Usaha Mikro Kecil (UMK) yang bergerak pada sektor basis tersebut perlu dikembangkan sehingga menjadi UMK unggulan. Dan hal ini akan mendorong UMK sektor – sektor yang lainnya.

#### **2.2.5. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM**

Perkembangan UKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar industri atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau industri yang sama . Meski demikian masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro dan kecil menurut Tambunan (2002:36):

##### **1. Kesulitan Pemasaran**

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar *domestic* dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.

## 2. Kesulitan Keuangan

UKM, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek *financial* : mobilitas modal awal (*star-up capital*) dan akses ke modal kerja, *financial* jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang.

## 3. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro dan kecil Indonesia untuk dapat bersaing di pasar industri maupun pasar internasional.

## 4. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku (dan input-input lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang terlampaui tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

## 5. Keterbatasan Teknologi

UKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang

sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya total *factor productivity* dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat.

#### 6. Managerial Skill

Kekurang mampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangannya usahanya, sehingga pengelolaan usaha menjadi terbatas. Dalam hal ini, manajemen merupakan seni yang dapat digunakan atau diterapkan dalam penyelenggaraan kegiatan apapun, karena dalam setiap kegiatan akan terdapat unsur / fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). (Hubeis, 2009: 6)

#### 7. Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antar – pengusaha dengan tingkatan yang berbeda, yaitu antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar.

Hafsah (2004) menemukan bahwa permasalahan UMKM pada dasarnya dapat dibagi atas 2 bagian besar, yaitu permasalahan internal dan permasalahan eksternal. Permasalahan internal yang dihadapi oleh UMKM dan koperasi sebagai wadah UMKM meliputi:

##### 1. Kurangnya Permodalan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya

usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

## 2. Sumber Daya Manusia (SDM) 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 sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

## 3. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

Sementara itu, faktor eksternal yang menjadi permasalahan koperasi/UMKM adalah:

1. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Kebijaksanaan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.

2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

3. Implikasi Perdagangan Bebas

AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan rekuensi pasar global dengan standar ualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu Hak Asasi Manusia (HAM) serta isu etenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak air oleh negara maju sebagai hambatan Non



Tariff Barrier for Trade). Untuk itu maka diharapkan UKM perlu mempersiapkan agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

#### 4. Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek

Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.

#### 5. Terbatasnya Akses Pasar

Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional. Upaya untuk Pengembangan UKM Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah pada aspek pemasaran, keuangan, sumberdaya manusia, bahan baku, kemitraan, dan teknologi.

### **2.3. Kajian Keislaman**

#### 2.3.1. Pengertian Bisnis Islami

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan

manusia memiliki harta kekayaan. Allah S.W.T melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rizki (Yusanto, 2002:17).

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

*“Dialah Yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekinya-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (Q.S. Al Mulq : 15).*

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعْيِشًا ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

*” Sesungguhnya, Kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur “ (Q.S. Al-A’raaf: 10)*

Banyak sekali ajaran islam yang mendorong agar umatnya mau bekerja keras untuk mengubah nasibnya sendiri, berlaku jujur dalam berbisnis, mencari usaha dari tangannya sendiri, berlomba-lomba dalam kebaikan. Bahkan ada ayat al-Quran yang secara khusus menggunakan bahasa “untung-rugi”, misalnya surat al-Asyr. Pendek kata, umat islam didorong untuk mengejar kebaikan dunia, tanpa melupakan akhiratnya. Semangat dan sikap mental produktif seperti itu merupakan bagian dari etos kerja yang diajarkan oleh islam (Yunus, 2008: 10).

Di samping anjuran untuk mencari rezeki (bekerja), islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaanya (pengelolaan dan pembelanjaan).

عن ابي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : ان الله تعالى طيب لا يقبل الا طيبا و ان الله تعالى امر المؤمنين بما امر به المرسلين فقال تعالى يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا . وقال تعالى : يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنَ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ. ثم ذكر الرجل يطيل السفر اشعث اغبر يمد يديه الى السماء يارب يارب ومطعمه حرام ومشربه حرام وملبسه حرام وغذي بالحرام فاني يستجاب له. رواه مسلم.

Dari Abu Hurairah rodhiallohu ‘anhu, ia berkata: “Rosululloh sholallahu ‘alaihi wa sallam pernah bersabda: “*Sesungguhnya Allah itu baik, tidak mau menerima sesuatu kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin (seperti) apa yang telah diperintahkan kepada para rosul, Allah berfirman, “Wahai para Rosul makanlah dari segala sesuatu yang baik dan kerjakanlah amal sholih” (QS Al Mukminun: 51). Dan Dia berfirman: “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari apa-apa yang baik yang telah Kami berikan kepadamu” (QS Al Baqoroh: 172). Kemudian beliau menceritakan kisah seorang laki-laki yang melakukan perjalanan jauh, rambutnya kusut dan berdebu. Dia menengadahkan kedua tangannya ke langit seraya berdoa: “Wahai Robbku, wahai Robbku”, sedangkan makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, dan (perutnya) dikenyangkan dengan makanan haram, maka bagaimana mungkin orang seperti ini dikabulkan do’anya.” (HR. Muslim)*

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”(Q.S. Al-Baqoroh, 2:168).

Yang dimaksud makanan *halalan thayyiban* adalah makanan yang boleh untuk dikonsumsi secara syariat dan baik bagi tubuh secara kesehatan (medis). Makanan dikatakan halal paling tidak harus memenuhi tiga kriteria, yaitu halal zatnya, halal cara perolehannya, dan halal cara pengolahannya (Djakfar, 2009:195). Dari uraian diatas, bahwa bisnis islam dapat diartikan sebagai segala aktivitas bisnis yang dilakukan oleh manusia, namun dibatasi dalam aspek kehalalan, baik halal cara memperoleh harta, halal zatnya dan mengelolanya.

### 2.3.2. Orientasi Syariah Dalam Bisnis Islami

Pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis organisasi bisnis. Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu (Yusanto, 2002:18) :

1. Target hasil: profit-materi dan benefit-non materi.

Tujuan perusahaan harus tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan membedakan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan sebagainya.

## 2. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit nonmateri telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus-menerus dari setiap profit dan benefitnya itu. Hasil perusahaan akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya penumbuhan ini tentu dijalankan dalam koridor syariat. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan pasar, peningkatkan inovasi sehingga bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.

## 3. Keberlangsungan

Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Sebagaimana upaya pertumbuhan, setiap aktivitas untuk menjaga keberlangsungannya tersebut juga dijalankan dalam koridor syariah.

## 4. Keberkahan

Faktor keberkahan atau orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntutan syariat. Karenanya, para pengelola bisnis perlu mematok orientasi keberkahan

yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi di atas senantiasa berada di dalam koridor syariat yang menjamin diraihnya keridhaan Allah SWT.

### 2.3.3. Perbedaan Bisnis Islami dan Bisnis Non islami

Bisnis islami yang dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sama sekali berbeda dengan bisnis nonislami. Bisnis nonislami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis (Yusanto, 2002:21).

Dilihat dari tujuannya, dunia usaha (bisnis nonislami) manusia sebagai pelaku seringkali menempuh modus menghalalkan segala macam cara. Tujuan akhir yang mendorong sikap ke-aku-an ini (*ananiyah*) ini hanya satu, yaitu meraih keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk kekayaan pribadi. Apabila tujuan itu tercapai subjek pelakunya akan merasa puas, sekalipun nilai kepuasan itu hanyalah sementara dan semu belaka. Hal ini berbeda dengan bisnis islami. Seorang pengusaha menurut islam-secara umum-harus berkiblat kepada tuntutan syara' yang bersumber pokok pada al-Quran dan Hadits. Bila kita gali dari kedua sumber ini paling tidak seorang pengendali perusahaan akan memperhatikan prinsip persamaan dan toleran (*tasamuh*), keadilan (*'adalah*), dan saling menolong (*ta'awun*) yang saling menguntungkan (Djakfar, 2009:134).

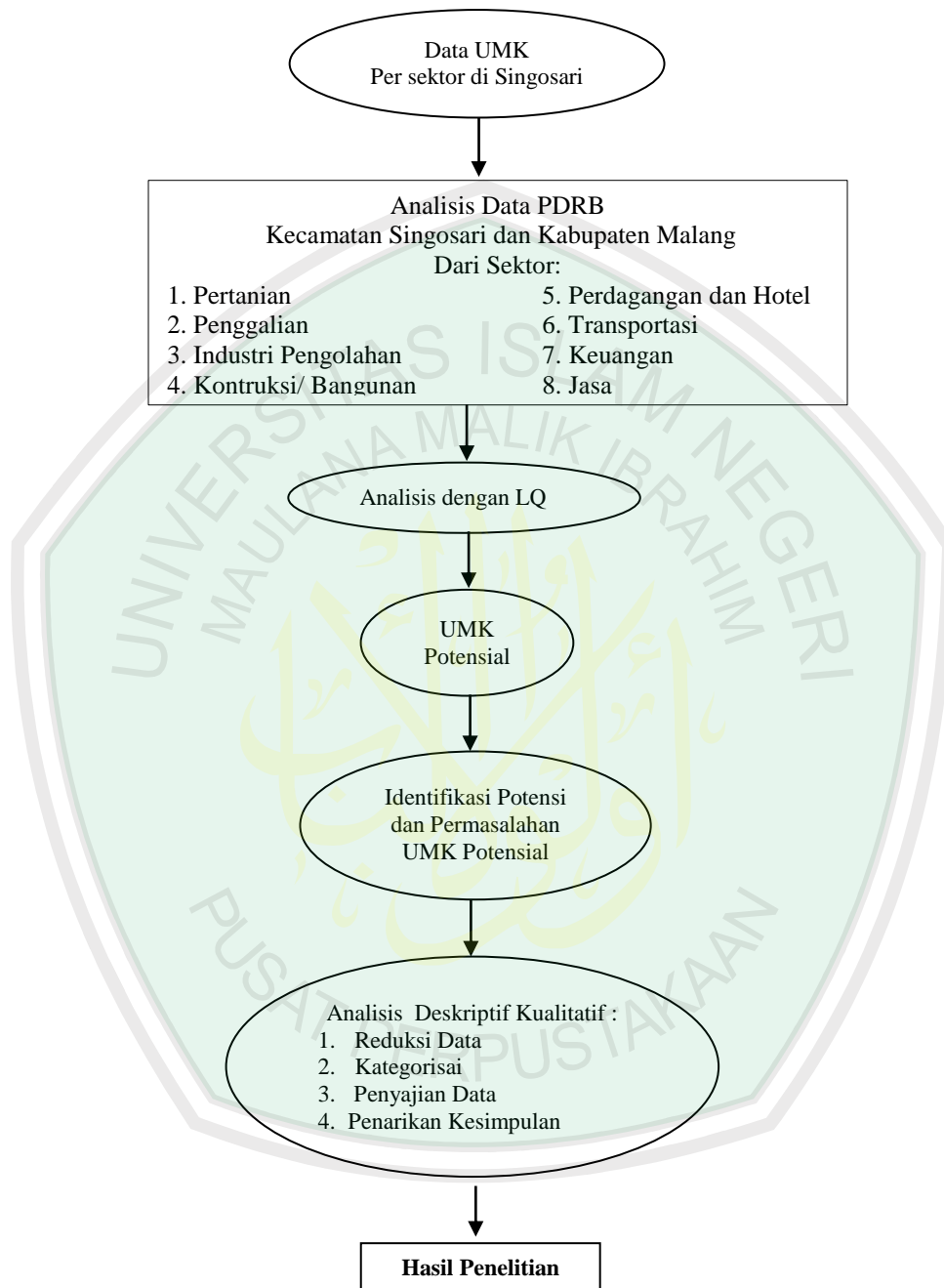
Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa bisnis islami lebih menjunjung nilai-nilai luhur yang akhirnya akan memberi manfaat baik bagi perusahaan (internal) maupun lingkungan sekitar (masyarakat).

#### **2.4 Kerangka Berpikir**

Peranan UMKM bagi perekonomian sangatlah besar. Mulai dari penyediaan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja dan sumbangsuhnya terhadap PDB. Kecamatan Singosari, merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Malang Jawa Timur. Selain itu berdiri beberapa UMK yang mencoba untuk mengoptimalisasi sumberdaya lokal. Keberadaan UMK ini membantu mengurangi pengangguran, yang menjadi masalah yang krusial bagi Nasional. Sehingga dengan adanya UMK ini, masyarakat Singosari dapat keluar dari Zona kemiskinan. Namun seiring berjalannya UMK ini dalam dunia bisnis, UMK ini menghadapi beberapa permasalahan. Salah satu titik permasalahan UMKM kurang berkembang karena belum diketemukannya jenis usaha rakyat (usaha kecil mikro dan menengah) unggulan dan produk unggulan yang potensial serta produktif untuk dikembangkan menjadi andalan di daerah tersebut. Hal ini sesuai dengan gerakan pemerintah mengenai progam *one village one product* (OVOP). Dalam pengembangan produk unggulan ini, Usaha Mikro Kecil juga menghadapi beberapa permasalahan. Sehingga perlu diadakan penelitian yang berusaha untuk menemukan UMK yang potensial di Singosari dan mengidentifikasi permasalahannya.

UMK di Kecamatan Singosari yang terbagi pada beberapa sektor, yaitu pertanian, pertambangan dan penggalian, industri pengolahan, perdagangan dan hotel, keuangan serta jasa-jasa, dianalisis dengan menggunakan Location Quotient (LQ) untuk ditemukan UMK sektor manakah yang potensial . Setelah ditemukan jenis sektor UMK yang potensial kemudian dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMK tersebut, dengan alat pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh secara bertahap akan dilakukan analisis dengan metode analisis deskriptif kualitatif yang terdiri dari reduksi data, kategorisasi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.





**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**