

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

###### **a. Definisi UMKM**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh badan usaha atau orang perorangan di semua sektor ekonomi. Pada dasarnya, perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah terletak pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun atau jumlah pekerja tetap.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang UMKM menjelaskan bahwa yang dikatakan dengan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro yang diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha menengah 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, yang dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro dan usaha kecil yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Tambunan, 2017).

Kriteria yang dijelaskan dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 6 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, mendefinisikan UMKM menurut nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Menurut UU tersebut, usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki nilai aset tidak lebih dari Rp 50.000.000,00 atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar sebanyak Rp 300.000.000,00 . Yang dimaksud dengan usaha kecil adalah jenis usaha yang memiliki aset lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai Rp 500.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai Rp 2.500.000.000,00. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai Rp 10.000.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai Rp 50.000.000.000,00.

Kriteria UMKM menurut Badan Pusat Statistika (BPS) menggunakan jumlah pekerja untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Menurut BPS, usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang pekerja, usaha kecil memiliki 5 hingga 19 orang pekerja, dan usaha menengah memiliki 20 sampai dengan 99 orang pekerja (bps.go.id diakses pada 12 Desember 2017)

a. Ciri Khas UMKM

Terdapat perbedaan karakteristik dalam kelompok UMKM antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dalam beberapa aspek di Negara sedang berkembang termasuk di Indonesia.

**Tabel 2.1.**  
Ciri Khas Utama Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah

| No. | Aspek                           | Usaha Mikro  | Usaha Kecil   | Usaha Menengah   |
|-----|---------------------------------|--|---|--|
| 1.  | Formalitas                      | Beroperasi di sektor informal; usaha tidak terdaftar; tidak/jarang membayar pajak  | Beberapa beroperasi di sektor formal; beberapa tidak terdaftar; sedikit yang membayar pajak | Semua di sektor formal; terdaftar dan membayar pajak                                   |
| 2.  | Organisasi & manajemen          | Dijalankan oleh pemilik; tidak menerapkan pembagian tenaga kerja internal (ILD), manajemen & struktur organisasi formal (MOF), sistem pembukuan formal (ACS) | Dijalankan oleh pemilik; tidak ada ILD, MOF, ACS  | Banyak yang mengerjakan manajer profesional dan menerapkan ILD, MOF, ACS               |
| 3.  | Sifat dan kesempatan kerja      | Kebanyakan menggunakan anggota-anggota keluarga tidak dibayar  | Beberapa memakai tenaga kerja (TK) yang digaji  | Semua memakai TK digaji dan memiliki sistem perekrutan formal                          |
| 4.  | Pola/sifat dari proses produksi | Derajat mekanisme sangat rendah/ umumnya manual; tingkat teknologi sangat rendah   | Beberapa memakai mesin-mesin terbaru  | Banyak yang punya derajat mekanisasi yang tinggi/punya akses terhadap teknologi tinggi |
| 5.  | Orientasi pasar                 | Umumnya menjual ke pasar lokal   | Banyak yang menjual ke pasar  | Semua menjual ke pasar domestik  |

| No. | Aspek                                      | Usaha Mikro   | Usaha Kecil  | Usaha Menengah  |
|-----|--|---|--|---|
|     |  | untuk kelompok berpendapatan rendah   | domestik dan ekspor, dan melayani kelas menengah ke atas   | dan banyak yang ekspor, dan melayani kelas menengah atas  |
| 6.  | Profil ekonomi & social dari pemilik usaha | Pendidikan rendah & dari rumah tangga (RT) miskin, motivasi utama: survival                                     | Banyak yang berpendidikan baik & RT non miskin; banyak yang bermotivasi bisnis/mencari profit  | Sebagian besar berpendidikan baik dan dari RT makmur; motivasi utama: profit  |
| 7.  | Sumber-sumber dari bahan baku dan modal    | Kebanyakan memakai bahan baku lokal dan uang sendiri  | Beberapa memakai bahan baku impor dan punya akses kredit formal  | Banyak yang memakai bahan baku impor dan punya akses kredit formal  |
| 8.  | Hubungan-hubungan eksternal                | Kebanyakan tidak punya akses ke program-program pemerintah dan tidak punya hubungan-hubungan dengan usaha besar | Banyak yang punya akses ke program-program pemerintah dan banyak yang punya hubungan-hubungan bisnis dengan usaha besar (termasuk PMA) | Sebagian besar punya akses ke program-program pemerintah dan banyak yang punya hubungan-hubungan bisnis dengan usaha besar (termasuk PMA) |
| 9.  | Wanita pengusaha                           | Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha sangat tinggi   | Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha cukup tinggi   | Rasio dari wanita terhadap pria sebagai pengusaha sangat rendah   |

Sumber : Tambunan 2012, 2016

### c. Peluang dan Hambatan UMKM

Peran penting UMKM bagi perekonomian nasional menurut Bank Indonesia (2015) :

- 1) Krisis ekonomi yang melanda pada tahun 1998 dan 2008 membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan dan menjadi roda penggerak perekonomian Indonesia.
- b. Peran UMKM yang memberikan pelayanan ekonomi secara meluas dan merata kepada masyarakat sehingga mendorong perekonomian rakyat serta mewujudkan stabilitas ekonomi.
- c. UMKM membantu pemerintah dalam penyediaan lapangan kerja melalui penciptaan usaha-usaha baru.
- d. Dibandingkan dengan usaha-usaha besar, UMKM mempunyai fleksibilitas yang tinggi, sehingga UMKM memerlukan jaringan usaha bisnis yang kuat sesama pelaku UMKM agar terwujud iklim bisnis yang sehat dan terarah dengan bantuan pemerintah.
- e. UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan ekonomi di Indonesia seperti kemiskinan, pengangguran, lapangan pekerjaan, dan urbanisasi.

Menurut Bank Indonesia, kendala yang dialami oleh UMKM dalam menjalankan usahanya terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal penghambat UMKM dalam menjalankan usahanya adalah sebagai berikut :

- 1) Modal  
Presentase pembiayaan perbankan yang diberikan kepada UMKM di Indonesia hanya sebesar 30% - 40% saja. Hal ini disebabkan karena minimnya perbankan yang mampu menjangkau akses hingga keseluruhan

desa terpencil. Manajemen keuangan dalam UMKM juga menjadi penghambat UMKM memperoleh permodalan dari perbankan, umumnya manajemen keuangan yang dipakai UMKM masih tradisional sehingga pengelola susah untuk membedakan antara uang operasional atau uang pribadi.

- 2) Sumber Daya Manusia  
Kurangnya pemanfaatan dan pengetahuan tentang teknologi yang memberikan kemudahan serta mempercepat produksi serta meningkatkan kualitas produk. Pemasaran masih menggunakan teknik *mouth to mouth marketing*, teknologi informasi masih belum dijadikan sebagai strategi pemasaran yang utama.
- 3) Hukum  
Sebagian besar pengusaha UMKM masih berbadan hukum perorangan.
- 4) Akuntabilitas  
Sebagian besar manajemen keuangan yang dipakai UMKM belum memenuhi manajemen perusahaan yang baik.  
Faktor eksternal penghambat UMKM dalam menjalankan usahanya

adalah sebagai berikut :

- 1) Iklim Usaha yang Belum Kondusif  
Kurangnya koordinasi antara UMKM, lembaga pemerintah, lembaga keuangan dan lembaga-lembaga lain yang bersangkutan dan cenderung berjalan sendiri-sendiri tanpa adanya koordinasi. Proses yang lambat pada aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, infrastruktur, biaya transaksi tinggi, serta kebijakan permodalan UMKM.
- 2) Infrastruktur

Keterbatasan sarana prasarana terutama yang berkaitan dengan teknologi modern yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya.

3) Akses

Terbatasnya akses bahan baku yang berkualitas oleh UMKM. Akses terhadap teknologi modern juga sulit di dapatkan, sehingga pasar cenderung dikuasai oleh unit usaha yang berskala besar. UMKM belum mampu menyeimbangkan selera konsumen yang cepat berubah.

2. Keberhasilan Usaha

a. Definisi Keberhasilan Usaha

Salah satu tujuan utama setiap usaha tentu saja berkeinginan untuk mencapai sebuah titik yang disebut dengan keberhasilan. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur melalui pengukuran kinerja. Kinerja yang dimaksudkan adalah tingkat pencapaian hasil atau tingkat pencapaian tujuan organisasi (Sumarni dan Soeprihanto, 1998). Keberhasilan usaha menurut Suyatno (2010) dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu tujuan dari setiap pengusaha adalah kinerja usaha perusahaan. Kinerja usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu : kinerja keuangan dan *image* perusahaan.

Menurut Algifari (2003) keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan atas efisiensi secara ekonomis. Sedangkan Primiana (2009) berpendapat bahwa penyaluran yang produktif, permodalan sudah terpenuhi, dan tercapainya tujuan organisasi adalah indikator dari keberhasilan suatu usaha. Keberhasilan usaha menurut Noor (2007) adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, bila mendapatkan

laba suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Dalam mengukur kriteria keberhasilan suatu usaha, ada enam kriteria untuk mengukur keberhasilan tersebut, diantaranya adalah : laba penjualan, pangsa pasar, pencapaian keuntungan penjualan, laba setelah pajak, laba bersih dan pencapaian keuntungan bersih (Meng dan Liang, 1996). Hal tersebut berbeda dengan kriteria keberhasilan usaha yang diungkapkan oleh Smallbone dkk. (1995) yang menyatakan bahwa ukuran keberhasilan dapat dilihat dengan tiga kriteria yaitu: kemampuan dalam mencapai penjualan minimum, laju pertumbuhan dan kestabilan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Suyatno (2010) yang meneliti tentang faktor penentu keberhasilan usaha menemukan bahwa keberhasilan dari usaha kecil ditandai oleh perilaku mau mengambil resiko dan inovasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha menurut Tambunan (2002) dapat dilihat dari dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah yang mempengaruhi diantaranya adalah kebijakan ekonomi, birokrat, politik dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yang mempengaruhi diantaranya adalah sosio-kultur, kondisi perburuhan dan sistem perburuhan, sistem perekonomian, budaya masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, kondisi infrastruktur dan lingkungan global. Faktor internal yang mempengaruhi diantaranya adalah kualitas SDM, partisipasi,



penguasaan organisasi, kultur/budaya bisnis, struktur organisasi, tingkat *entrepreneurship*, jaringan bisnis dengan pihak luar, sistem manajemen, dan kekuatan modal.

Keberhasilan suatu usaha di pengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Storey (2004) keberhasilan usaha dapat dilihat dari karakteristik usaha kecil menengah yang meliputi : lama beroperasi, ukuran usaha, sumber modal, dan lokasi; karakteristik pengusaha yang meliputi : umur, ukuran usaha, sumber modal, lokasi, dan asal perusahaan; dan variabel kontekstual yang meliputi : pemasaran, akses informasi, legalitas, perencanaan bisnis, teknologi, persaingan, tim manajemen, kebijakan pemerintah, inovasi dan izin usaha.

#### b. Dimensi Keberhasilan Usaha

Keberhasilan menurut Samir (2005) mengungkapkan bahwa indikator dalam mengukur kinerja organisasi atau keberhasilan usaha adalah sebagai berikut :

- 1) Perubahan di tingkat kepegawaian meliputi output, teknologi, cadangan modal, mekanisme penyesuaian, dan pengaruh terhadap perubahan status.
- 2) Produktivitas yang diukur dari perubahan output kepada perubahan di semua faktor input (tenaga kerja dan modal).
- 3) Rasio finansial dengan mengurangi biaya pegawai dan meningkatkan nilai tambah pegawai.

Keberhasilan suatu usaha identik dengan perkembangan perusahaan. Istilah tersebut diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan suatu perusahaan adalah proses dalam peningkatan modal, bertambahnya jumlah karyawan dan lain-lain.

Indikator dalam menentukan keberhasilan suatu usaha menurut Noor (2007) adalah sebagai berikut :

- 1) Laba  
Laba adalah tujuan utama dalam berbisnis. Laba usaha adalah selisih dari pendapatan dengan biaya.
  - 2) Produktivitas dan Efisiensi  
Besarnya kecilnya produksi akan ditentukan dari besarnya kecilnya produktivitas suatu usaha.
  - 3) Daya Saing  
Daya saing adalah ketangguhan atau kemampuan dalam bersaing untuk mendapatkan perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu usaha dapat dikatakan berhasil apabila dapat bertahan menghadapi pesaing atau dapat mengalahkan pesaing.
  - 4) Kompetisi dan Etika Usaha  
Kompetensi merupakan akumulasi dari pengalaman, pengetahuan, dan hasil penelitian kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga menghasilkan inovasi yang sesuai dengan perubahan zaman.
  - 5) Terbangunnya Citra Baik  
Citra baik suatu perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust external* dan *trust internal*. *Trust external* adalah timbulnya rasa percaya dari para *stakeholder* perusahaan, baik itu pemasok, konsumen, pemerintah, maupun masyarakat maupun pesaing. Sedangkan *trust internal* adalah amanah atau kepercayaan dari segenap orang yang ada dalam perusahaan.
- Indikator keberhasilan yang dikemukakan oleh Riyanti (2003), kriteria yang cukup signifikan dalam menentukan keberhasilan suatu usaha dapat

dilihat dari :

- 1) Meningkatnya omzet

- 2) Meningkatnya volume penjualan
  - 3) Bertambahnya jumlah karyawan
  - 4) Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi
- c. Indikator Pengukuran Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian ini menggunakan indikator pengukuran keberhasilan

suatu usaha dari Riyanti (2003) yang terdiri dari :

- 1) Meningkatnya omzet
- 2) Meningkatnya volume penjualan
- 3) Bertambahnya jumlah karyawan
- 4) Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi

### 3. Modal

#### a. Pengertian Modal

Yang dimaksud dengan modal adalah uang yang digunakan untuk memulai berdirinya suatu usaha. Definisi modal usaha sebagai ikhtisar neraca sebuah perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Yang dimaksudkan sebagai modal konkrit adalah modal aktif dan yang dimaksudkan dengan modal abstrak adalah modal pasif (Rianto, 1993). Biasanya pemilik suatu usaha memiliki modal minimal dua pertiga dari modal dan sisanya berasal dari sumber lain (Musselman dan Jackson 1996).

Besar kecilnya modal yang di perlukan tergantung pada jenis usaha yang akan dikerjakan. Dalam beberapa jenis golongan usaha, kita mengenal beberapa golongan usaha yang disebut dengan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Masing-masing dari usaha tersebut memerlukan jumlah modal dalam jumlah yang berbeda-beda sesuai dengan skala usaha yang akan dikerjakan. Menurut Kasmir (2008), sumber modal dapat dilihat dari asalnya yaitu modal sendiri dan modal asing atau pinjaman. Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari uang pribadi atau tabungan maupun cadangan laba. Sedangkan modal asing atau pinjaman adalah modal

yang diperoleh dari pihak luar usaha atau biasanya modal ini diperoleh dari pinjaman.

Dalam tahap awal memulai usaha, keuntungan yang didapatkan perusahaan tidak banyak bahkan bisa jadi merugi. Hal tersebut terjadi karena keuntungan yang di dapat dari produksi dan penjualan pada tahap awal memulai usaha digunakan untuk menutup biaya modal awal. Ketika perusahaan telah menghasilkan laba, perusahaan wajib menyediakan modal kerja (*working capital*). Modal kerja (*working capital*) adalah uang yang harus ada di bank atau di tangan, piutang-piutang yang harus ditagih (*account receivable*) dan barang-barang yang ada di tangan saat di perusahaan terjadi proses produksi (Musselman dan Jackson, 1996).

#### b. Macam-macam Modal

Macam-macam modal menurut Rianto (1993) dibedakan menjadi dua

jenis modal yaitu :

##### 1) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang didapat dari pemilik usaha itu sendiri, dimana modal sendiri terdiri dari tabungan, saudara, hibah, sumbangan dan lain-lain. Adapun keunggulan dan kelemahan dari

menggunakan modal sendiri untuk menjalankan usaha, keunggulannya yaitu :

1. Tidak adanya biaya tambahan seperti biaya bunga maupun biaya

administrasi sehingga tidak menjadi beban tambahan perusahaan

2. Dalam memperoleh dana, diperoleh dari setoran pemilik modal sendiri

atau tidak bergantung pada pihak lain.

3. Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan tidak membutuhkan waktu

yang lama.

Kelemahan modal sendiri adalah :

- a) Dalam memperoleh modal yang bersumber dari modal sendiri, dalam jumlah tertentu sangat tergantung pada pemilik modal dan jumlahnya relatif terbatas.
- b) Pemilik usaha yang menggunakan modal yang bersumber dari modal sendiri relatif memiliki motivasi usaha yang lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.
- c) Pertimbangan kinerja dan prospek usaha dalam memperoleh modal sendiri dalam jumlah tertentu menjadi pertimbangan bagi calon pemilik baru atau pemegang saham baru.

## 2) Modal Asing atau Pinjaman

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang didapat dari pihak luar perusahaan dimana modal asing biasanya diperoleh dari pinjaman. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari pinjaman dari lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Sama halnya dengan modal sendiri, modal asing atau pinjaman juga memiliki keunggulan dan kelemahan, keunggulan yaitu :

- a) Jumlahnya tidak terbatas, perusahaan dapat memperoleh modal pinjaman usaha ke berbagai sumber keuangan. Selama dana yang diajukan oleh perusahaan layak untuk di berikan modal, untuk memperoleh dana tidak terlalu sulit. Kebanyakan pihak menawarkan dananya pada perusahaan yang dianggap memiliki prospek yang cerah.
- b) Motivasi untuk berusaha lebih tinggi. Hal ini berbeda dengan menggunakan modal sendiri. Apabila menggunakan modal asing atau modal pinjaman, motivasi pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya akan lebih tinggi, hal ini dikarenakan adanya beban bagi

perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Disisi lain, perusahaan juga menjaga kepercayaan dan *image* perusahaan yang telah memberikan modal pinjaman agar tidak tercemar.

Kelemahan modal pinjaman adalah :

a) Adanya biaya tambahan seperti bunga maupun biaya administrasi.

Pembayaran jasa seperti bunga, biaya administrasi, asuransi, biaya provisi dan komisi serta materai adalah kewajiban bagi peminjam apabila meminjam modal dari suatu lembaga lain.

b) Ada jangka waktu pengembalian yang telah disepakati. Apabila sudah jatuh tempo untuk melakukan pengembalian maka harus segera dibayarkan.

c) Beban moral, apabila perusahaan mengalami masalah yang berdampak pada suatu kegagalan akan memberikan dampak terhadap pinjaman, sehingga hal tersebut akan menjadi beban moral atas pinjaman yang belum atau akan dibayarkan (Kasmir, 2008)

3) Modal Patungan

Modal yang berasal dari gabungan dua perusahaan atau lebih yaitu dari perusahaan sendiri dan perusahaan lain dengan cara menggabungkan modal antar keduanya yang nantinya akan berperan sebagai mitra disebut dengan modal patungan (Jackie dan Ambadar, 2010)

4. Teknologi

Tingginya tingkat persaingan pasar memaksa para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas hasil kerjanya agar memiliki daya saing dan nilai tambah di pasar nasional maupun pasar internasional. Dengan demikian tentu saja peran teknologi dalam memajukan suatu usaha tentu sangat dibutuhkan.

Sejalan dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 tahun 2010 tentang Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengelolaan Teknologi Tepat Guna, sekarang ini peranan teknologi sangat diperlukan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, nilai tambah dan mutu hasil produksi usaha masyarakat dan memberikan jalan keluar bagi pelaku UMKM yang sering kali terhambat dalam memproduksi barang komoditas yang berkualitas. Melalui teknologi dan didukung dengan SDM yang berkompeten, diharapkan kualitas produk yang dihasilkan pelaku UMKM memiliki daya saing dengan produk-produk luar negeri dan laba yang dihasilkan semakin banyak.

Teknologi sangat berhubungan dengan peningkatan proses produksi dalam suatu usaha. Kemajuan teknologi yang terjadi di suatu Negara tidak hanya terjadi pada satu jenis teknologi pembaharuan (bersifat homogen) namun dalam berbagai jenis, serta terjadinya secara bersamaan pada berbagai tingkatan. Dampak yang diberikan pada setiap jenis teknologi baru akan berbeda terhadap produksi suatu barang (Salvatore, 1996). Pengelompokkan kemajuan teknologi dibagi menjadi tiga yaitu : kemajuan teknologi yang menghemat penggunaan modal, kemajuan teknologi yang mampu menghemat tenaga kerja dan kemajuan teknologi yang bersifat netral atau tidak berpengaruh terhadap modal dan tenaga kerja (Hick dalam Salvator, 1996).

Penelitian yang dilakukan oleh Swierckzek (2003) yang dilakukan di Amerika membuktikan bahwa kurangnya peralatan dan penggunaan teknologi-teknologi modern adalah salah satu faktor penghambat perkembangan UMKM di Amerika. Penggunaan peralatan dan teknologi modern memberikan dampak yang

cukup signifikan bagi peningkatan proses produksi dan memberikan kualitas yang berdaya saing bagi suatu unit usaha.

Sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia menggunakan teknologi tradisional dan dikerjakan secara manual. Keterbatasan penggunaan teknologi oleh pelaku UMKM di Indonesia disebabkan oleh terbatasnya modal untuk membeli peralatan atau menggunakan teknologi modern dan terbatasnya SDM yang mampu mengoperasikan teknologi-teknologi modern. Keterbatasan penguasaan teknologi inilah yang mengakibatkan rendahnya faktor produksi total dan kurangnya efisiensi pada proses produksi, serta kualitas produk yang dihasilkan rendah (Tambunan, 2002).

## 5. Dukungan Pemerintah

### a. Peran Pemerintah

Pemerintah adalah organisasi tertinggi yang memegang kekuasaan untuk menyusun undang-undang serta membuat dan menerapkan hukum pada wilayah tertentu. Pemegang kekuasaan pemerintahan Negara RI adalah Presiden. Perangkat daerah, bupati atau walikota serta gubernur adalah unsur penyelenggara pemerintahan daerah (Tambunan, 2003).

Pada amanat ketetapan MPR RI Nomor XVI/MPR-RI/1998 telah ditetapkan tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi UMKM perlu dikembangkan sebagai bagian dari integral ekonomi rakyat yang memiliki peran, kedudukan serta memiliki potensi strategis untuk menjadikan struktur perekonomian nasional lebih berkembang, seimbang dan berkeadilan.

Peran strategis yang dipegang oleh pemerintah daerah dapat digunakan untuk mendukung berkembangnya UMKM di daerah masing-masing. UMKM



lebih mudah dikembangkan karena UMKM memiliki karakteristik yang lebih aman dari faktor-faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi global, karena kebanyakan UMKM mengandalkan sumber daya lokal.

b. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Jokowi menanggapi dengan serius potensi industri kreatif yang ada di Indonesia. Sudah saatnya pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif menjadi tulang punggung perekonomian nasional Indonesia. Pasalnya, menurut Presiden Joko Widodo potensi yang dimiliki oleh ekonomi kreatif mampu memberikan efek lompatan yang besar bagi perekonomian Indonesia.

Untuk mendorong perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di satu sisi, dan menghilangkan semua rintangan atau permasalahan yang dihadapi oleh industri tersebut, disisi lain Presiden Jokowi mendirikan Badan Ekonomi Kreatif (BEK) pada 20 Januari 2015 lewat penerbitan Peraturan Presiden (PP) tentang BEK dengan anggaran satu triliun. BEK akan memetakan potensi pelaku industri kreatif, membangun dan mengoptimalkan kota-kota kreatif, serta berkolaborasi dengan lembaga pendidikan untuk riset dan pengembangan SDM. Selain itu, badan khusus ini juga menyediakan akses Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pelaku industri kreatif (Tambunan, 2017). Strategi lain yang direncanakan badan ini adalah menciptakan ekosistem yang positif bagi pelaku ekonomi kreatif agar mereka dengan mudah bisa mendapatkan akses pasar yang luas, baik di dalam maupun diluar

negri (*Kompas*, Pendidikan dan Kebudayaan, Sabtu, 12 September 2015, halaman 12)

Pemerintah juga telah menyusun strategi untuk meningkatkan kemampuan industri kreatif nasional untuk bisa melakukan ekspor ke luar negeri dan menetapkan target penambahan devisa yang di harapkan dari industri tersebut. Tidak hanya menetapkan target saja, pemerintah juga harus ikut membantu para pelaku industri kreatif dengan berbagai hal, seperti pendampingan dan pemberian bantuan teknologi agar mereka dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi di pasar global, bantuan promosi, serta memberikan pelatihan bagi pelaku industri kreatif agar mereka siap menjadi eksportir yang memiliki daya saing tinggi di kancah internasional.

Pemerintah juga mendorong peran aktif dari lembaga keuangan dalam peyediaan modal. Selama ini lembaga keuangan siap mendanai kegiatan industri kreatif asalkan kegiatan tersebut layak untuk didanai. Lembaga keuangan di Indonesia khususnya perbankan akan membentuk tidak hanya memberikan kemudahan akses pada modal saja, pelatihan dan membantu pemasaran juga akan dilakukan untuk memajukan industri kreatif.

Selain itu pemerintah juga akan melakukan penyederhanaan birokrasi dan menghapus berbagai peraturan yang dianggap rumit yang selama ini menjadi hambatan bagi kelancaran usaha. Ada tujuh isu strategis dalam upaya pengembangan industri kreatif yang menjadi perhatian khusus bagi pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dalam

mereformasikan dan merencanakan kebijakan-kebijakan yang akan

memberikan dampak pada industri kreatif secara tidak langsung, yaitu :

- 1) Ketersediaan SDM yang kreatif dan inovatif
  - 2) Ketersediaan sumber daya kreatif (selain SDM)
  - 3) Pertumbuhan bisnis dan industri dalam negeri
  - 4) Keuangan, atau ketersediaan dana untuk membayai industri kreatif
  - 5) Akses jaringan pasar (khususnya pasar internasional)
  - 6) Dukungan teknologi dan infrastruktur
  - 7) Institusi atau kelembagaan
6. Akses terhadap Informasi Bisnis

Penggunaan sistem informasi (SI) dan teknologi informasi (TI) oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan hal yang perlu dikembangkan untuk menunjang keberhasilan suatu usaha. Sistem dan teknologi tersebut dapat menjadi penggerak pembangunan yang memegang peran vital untuk kelanjutan pertumbuhan suatu bisnis. Bertambahnya investasi di bidang teknologi informasi dan peran strategis yang dipegang oleh sistem informasi membuat implementasi teknologi informasi menjadi isu penting dalam disiplin sistem informasi manajemen (Bostrom dan Hainen, 1997)

Menurut Collin (1987) definisi sistem informasi adalah sistem komputer yang menyediakan informasi sesuai dengan permintaan pengguna, sedangkan teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan dalam pemerolehan, pengolahan, pendistribusian dan penyimpanan informasi dengan cara elektronik. Menurut Ang (1997) Definisi teknologi informasi dalam pengertian luas adalah ‘teknologi’ untuk penyimpanan, komunikasi informasi dan pengolahan. Dari pengertian-pengertian tersebut dapat diritikan bahwa teknologi informasi adalah perpaduan antara perangkat lunak, perangkat

keras, telekomunikasi dan peralatan kantor yang mentransformasikan data-data ke dalam bentuk informasi yang dapat digunakan untuk mempercepat proses temu-balik. Sistem dibangun dalam suatu infrastruktur teknologi informasi. Perkembangan oleh teknologi informasi memberikan dampak pada jangkauan sistem informasi yang tidak lagi terbatas pada aktifitas utama suatu organisasi saja, akan tetapi cakupannya lebih luas yaitu menjangkau institusi yang berada jauh di luar organisasi.

Dalam rangka meningkatkan efektifitas dan efisiensi organisasi terutama organisasi dalam konteks bisnis UMKM, banyak penelitian yang telah dikembangkan untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengimplementasikan secara efektif sistem informasi atau teknologi informasi. Seperti yang kita tau, UMKM adalah organisasi berukuran lebih kecil dan sebagian besar memiliki struktur terpusat dan memiliki keterbatasan sumber daya baik sumber daya manusia, material maupun keuangan serta kontrol yang rendah terhadap faktor eksternal (Lesjak, 1995).

Berbeda dengan usaha besar yang memiliki fasilitas dan sumber daya yang memadai, pelaku UMKM memiliki keterbatasan fasilitas dan sumber daya untuk mengembangkan usahanya. Menurut Dans (2001) UMKM diperkirakan mempunyai pandangan yang tidak benar tentang manfaat teknologi informasi, hal ini terjadi karena adanya persepsi dan kurangnya kesadaran dari para pelaku UMKM bahwa penggunaan teknologi informasi akan memberikan dampak pada biaya yang dikeluarkan akan lebih besar.

Kekhawatiran tersebut menjadikan para pelaku UMKM enggan menggunakan teknologi informasi dan lebih memilih cara yang biasa mereka lakukan daripada menggunakan cara baru yang sebenarnya lebih mudah, singkat dan efisien.

Disebutkan juga bahwa minimnya sumber daya dan kebijakan anarkis tidak hanya memberikan dampak pada cara UMKM mengambil keputusan investasi pada bidang sistem informasi atau teknologi informasi, melainkan juga berdampak pada cara UMKM meremajakan dan memelihara sistemnya (Siregar, 2008). Berbeda dengan perusahaan besar yang melakukan peremajaan dan pemeliharaan sistem informasi atau teknologi informasinya yang selalu dihubungkan dengan revisi terstruktur, prosedur pencegahan berkala dan audit, UMKM cenderung pada sikap positif oleh manajernya (Billi, 1993), atau bahkan cenderung menunda (Dans, 2001).

Agar tetap kompetitif, seharusnya UMKM dapat memanfaatkan teknologi informasi pada tingkatan yang sesuai dengan tingkatan perusahaan. Tanpa melakukan hal tersebut, UMKM akan tetap lemah jika dibandingkan dengan perusahaan besar dalam segi perdagangan, pemasaran, manajerial, keterampilan dan lain sebagainya. Ada beberapa aspek utama manfaat teknologi informasi bagi UMKM antara lain adalah untuk meningkatkan kualitas, mengurangi tenaga kerja, menghemat waktu, efektifitas biaya meningkat, mengembangkan keterampilan pekerja, fasilitas akses terhadap informasi perdagangan dan memperbaiki komunikasi dalam perusahaan dan juga dunia luar (Siregar, 2008).

Pemahaman akan pengimplementasian teknologi baru seperti sistem informasi dan teknologi informasi harus lebih ditekankan lagi kepada para pelaku UMKM untuk meningkatkan produktifitas usahanya. Hal ini karena pentingnya peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia.

#### **B. Penelitian Terdahulu**

1. Kusuma (2013) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha kecil dan menengah (UKM) pada UKM batik di kota Solo. Penelitian tersebut menggunakan desain penelitian kausal dengan alat analisis diskriminatif. Pada penelitian tersebut menggunakan variabel karakteristik UKM karakteristik wirausahawan, dan variabel kontekstual. Hasil dari penelitiannya adalah variabel karakteristik UKM dimensi skala usaha menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kesuksesan UKM batik di kota Solo. Sedangkan variabel kontekstual dimensi pemasaran dan dukungan pemerintah berpengaruh terhadap kesuksesan UKM batik di kota Solo.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Parastuty, dkk. (2009) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha kecil dan menengah (UKM) di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Variabel yang diteliti pada penelitian tersebut adalah karakteristik wirausahawan, karakteristik UKM dan variabel kontekstual. Alat analisis yang digunakan adalah analisis drskriptif, analisis crosstabs dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel karakteristik pengusaha dimensi pengalaman kerja berhubungan positif dan kuat terhadap kesuksesan UKM di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik.

Sedangkan variabel kontekstual dimensi pemasaran, akses modal, dan inovasi berhubungan positif dan kuat terhadap kesuksesan UKM di Surabaya, Sidoarjo dan Gresik.

3. Penelitian yang dilakukan dilakuakn di Pakistan oleh Jasra dkk. (2011) yang meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan menggunakan variabel sumber modal, strategi pemasaran, teknologi, dukungan pemerintah, akses informasi, rencana bisnis dan keterampilan pengusaha. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sumber modal, teknologi, dukungan pemerintah, strategi pemasaran dan keterampilan kewirausahaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesuksesan UKM di Pakistan. Sedangkan variabel yang sangat mempengaruhi kesuksesan UKM di Pakistan adalah sumber modal.
4. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan UKM di Bangladesh dilakukan oleh Islam dkk. (2016) yang menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan variabel kemampuan wirausahawan dan strategi pemasaran, sifat usaha dan keuangan mendukung, manajemen Know-How, penggunaan teknologi modern, aksesibilitas dan jaringan pasar, kebijakan dan dukungan pemerintah, lingkungan yang menguntungkan, dan kualitas pribadi pemilik. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor kemampuan wirausahawan dan strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap kesuksesan UKM di Bangladesh.
5. Penelitian yang dilakukan di Thailand yang juga meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan UKM di Thailand diteliti oleh Islam dkk.

(2011) dengan variabel yang diteliti adalah karakteristik pengusaha dan UKM, manajemen Know-How, produk dan layanan, pelanggan dan pasar, cara berbisnis dan kerjasama, sumber daya dan keuangan, serta strategi dan lingkungan eksternal. Dari variabel yang diteliti menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan adalah Karakteristik UKM, pelanggan dan pasar, cara berbisnis dan kerjasama, sumber daya dan keuangan, dan lingkungan positif. Sedangkan variabel lain ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UKM di Thailand.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Kristiningsih dkk. (2015) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM di kota Surabaya dengan variabel karakteristik pengusaha, karakteristik UKM dan atribut kontekstual. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis diskriminan. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel karakteristik pengusaha dimensi pengalaman kerja, sikap dan mental pengusaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha di kota Surabaya. Variabel karakteristik UKM dimensi lokasi akses informasi, akses modal juga berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha di kota Surabaya. Sedangkan atribut kontekstual dimensi dukungan pemerintah dan tim manajemen berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha di kota Surabaya.
7. Penelitian yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM pada usaha kerajinan ingka di desa Bulian kecamatan Kubutambahan yang dilakukan Suarmawan (2015) dengan variabel



komitmen, pengalaman, keuangan, lokasi usaha, motivasi dan kemampuan usaha. jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan vaktorial. Hasil dari penelitiannya adalah variabel komitmen memiliki pengaruh sebesar 73,522%, variabel pengalaman memiliki pengaruh 14,998%, keuangan memiliki pengaruh sebesar 7,857% variabel lokasi usaha memiliki pengaruh sebesar 2,336%, variabel kemampuan usaha memiliki pengaruh sebesar 0,376% terhadap keberhasilan UMKM, pada usaha kerajinan ingka di desa Bulian kecamatan Kubutambahan.

8. Penelitian yang dilakukan Susanty dkk (2013) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan klaster batik Pekalongan dimana fokus penelitiannya pada batik Kauman, batik Pesindon dan batik Jenggot. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor kondisi, faktor strategi, struktur dan persaingan antar perusahaan, faktor kondisi permintaan, faktor kondisi terkait, peran pemerintah, dan kesempatan. Metode analisis data yang digunakan adalah *structural equation modeling*. Hasil dari penelitiannya adalah pada klaster industri batik Kauman, hal yang paling berpengaruh adalah faktor kondisi permintaan, faktor kondisi terkait, faktor strategi dan persaingan usaha dan faktor peran pemerintah. Klaster Industri Pesindon, hal yang paling berpengaruh adalah faktor kondisi, faktor kondisi permintaan, faktor industri pendukung dan terkait, faktor strategi dan persaingan usaha dan faktor peran pemerintah. Pada klaster industri batik Jenggot, hal yang paling berpengaruh adalah faktor kondisi, kondisi permintaan, faktor industri

pendukung dan terkait, faktor strategi dan persaingan usaha, dan faktor peran pemerintah.

9. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli yang dilakukan oleh Sudiarta dkk. (2014) dengan variabel faktor internal, dan faktor eksternal. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di kabupaten Bangli adalah faktor internal dan faktor eksternal, sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli adalah faktor internal dimensi pemasaran, akses permodalan, kemampuan berwirausaha, sumber daya manusia, pengetahuan keuangan dan rencana bisnis.
  
10. Penelitian yang dilakukan oleh Afida (2017) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM industri pakaian jadi di kabupaten Kudus menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan variabel modal, sumber daya manusia dan teknologi menghasilkan bahwa modal berpengaruh positif dan tidak signifikan, sumber daya manusia berpengaruh positif dan tidak signifikan, dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM pakaian jadi di Kabupaten Kudus.

**Tabel 2.2.**

Hubungan antara Variabel Dependen & Independen dan Referensinya

| Variabel  | Hubungan | Referensi  |
|-----------|----------|--|
| Modal     | Positif  | Parastuty (2009), Kristiningsih & Trimarjono (2015), Sudiarta (2014), Jasra dkk. (2011), |
| Teknologi | Positif  | Parastuty (2009), Syakina (2017), Jasra dkk. (2011),                                     |

|                                 |         |   |
|---------------------------------|---------|---|
| Dukungan Pemerintah             | Positif | Kusuma (2013), Kristiningsih & Trimarjono (2015), Susanty dkk. (2013), Jasra dkk. (2011), |
| Akses terhadap Informasi Bisnis | Positif | Kristiningsih & Trimarjono (2015), Jasra dkk. (2011)                                      |

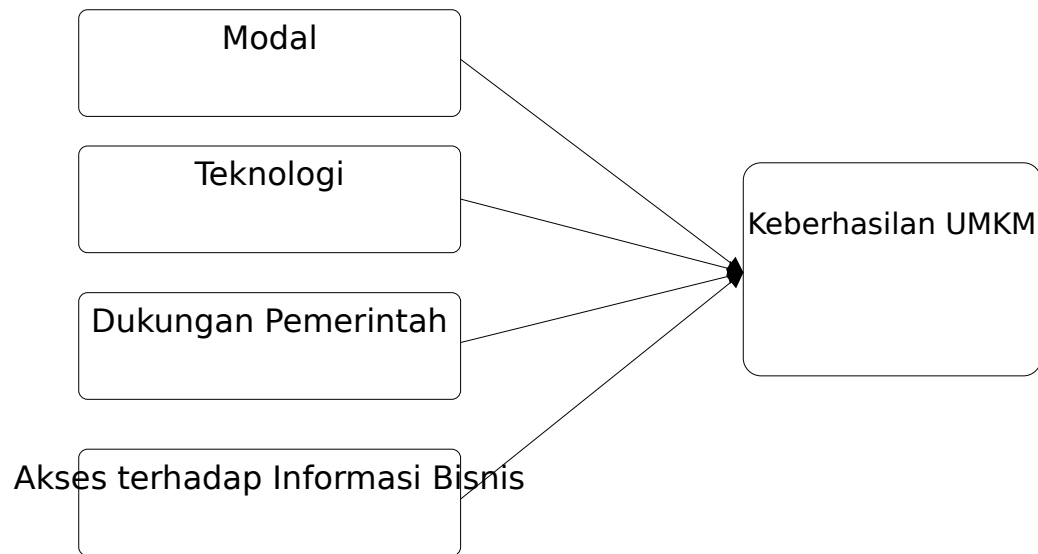
### C. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

1. Modal diduga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM.
2. Teknologi diduga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM.
3. Dukungan pemerintah diduga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM.
4. Akses terhadap informasi bisnis diduga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

### D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis menunjukkan tentang pola pikir teoritis terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan. Kerangka pemikiran teoritis di dasarkan pada teori-teori yang relevan, diambil sebagai dasar pemecahan masalah penelitian. Dalam penelitian ini akan menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus, di antaranya adalah modal, teknologi, dukungan pemerintah, dan akses terhadap informasi bisnis.



**Gambar 2.1.**  
Kerangka Pemikiran