

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PROPOSISI

2.1 Kajian Teori

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dimana usaha konfeksi merupakan jenis usaha yang masuk ke dalam kategori industri skala kecil menengah, sehingga dalam Bab ini khususnya mengenai kajian teori yang digunakan, terkait Usaha Kecil dan Menengah (UKM) meliputi Teori UKM dan Peranannya Dalam Perekonomian, Teori Kewirausahaan, Teori Produksi, Teori Cost and Benefit Proyek, serta mereview pandangan dari instansi/perusahaan terkait.

2.1.1 Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Banyak sekali teori yang mendefinisikan tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. Adapun dalam penelitian ini merujuk pada salah satu definisi mengenai Usaha Kecil Menengah (UKM). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) dalam BAB IV Pasal 6 di bagi menjadi 3 yang isinya sebagai berikut :

Kriteria Usaha Kecil

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Menengah

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Adapun Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan UKM mengenai Usaha Kecil Menengah itu sendiri sebagai berikut :

- a) Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan maksimal Rp 1.000.000.000.

- b) Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik WNI yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 200.000.000 sampai dengan Rp.10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang termasuk yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar, sedangkan usaha sedang atau menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang termasuk yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar.

Dalam penyederhanaannya kriteria industri berdasarkan jumlah tenaga kerja atau unit usaha menurut Badan Pusat Statistik (BPS) adalah sebagai berikut :

1. Industri rumah tangga dengan tenaga kerja 1-4 orang,
2. Industri kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang,
3. Industri sedang dengan tenaga kerja 20-99 orang,
4. Industri besar dengan tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Berdasarkan uraian dari literatur tersebut, dalam mendefinisikan UKM (Usaha Kecil Menengah) didapat persamaan pendapat, sehingga dari pendapat tersebut dapat diambil satu kesimpulan bahwa UKM (Usaha Kecil Menengah) adalah sebuah perusahaan / instansi baik berbadan hukum maupun tidak, yang memiliki kekayaan bersih kurang dari 10 Milyar Rupiah, tidak termasuk tanah dan

bangunan, dengan pemakaian tenaga kerja kurang dari 100 orang, dan bila mana lebih dari hal tersebut maka masuk kedalam kategori Usaha Besar.

2.1.1.1 Peran UMKM Dalam Perekonomian

Tambunan.T dalam bukunya Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (2012) berpendapat bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun di negara sedang berkembang.

Di negara maju, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, tetapi juga di banyak negara dengan kontribusi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) adalah paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Sedangkan bagi negara sedang berkembang seperti negara-negara di Asia, Afrika, dan Amerika Latin, termasuk Indonesia, UMKM juga berperan sangat penting, khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, dan pembangunan ekonomi perdesaan. Perbedaan UMKM di negara maju dan negara sedang berkembang adalah dari lemahnya produk-produk manufaktur dan inovasi serta pengembangan teknologi.

Banyak sekali alasan kenapa UMKM berperan penting dalam perekonomian negara, adapun menurut Tambunan.T dalam bukunya Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (2012) alasan tersebut meliputi :

1. Banyaknya jumlah UMKM, Jumlah perusahaan UMKM sangat banyak (jauh melebihi jumlah usaha besar), terutama dari kategori usaha mikro dan kecil, dimana usaha tersebut tersebar baik dikota maupun di plokso pedesaan, bahkan masuk diwilayah-wilayah yang relatif terisolasi. Oleh karena itu usaha tersebut mempunyai signifikansi lokal yang khusus untuk ekonomi pedesaan. Dengan kata lain kemajuan pembangunan ekonomi pedesaan sangat ditentukan oleh kemajuan pembangunan UMKM-nya.
2. UMKM merupakan jenis usaha padat karya, hal tersebut menandakan bahwa UMKM mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin.
3. Stabilisasi usaha yang kuat. Banyak UMKM bisa tumbuh pesat. Bahkan, banyak UMKM bisa bertahan pada saat ekonomi Indonesia dilanda suatu krisis besar pada tahun 1997-1998. Oleh sebab itu, kelompok usaha ini dianggap sebagai perusahaan-perusahaan yang memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha lebih besar. Misalnya usaha mikro bisa menjadi landasan bagi pengembangan usaha kecil, sedangkan usaha kecil bagi usaha menengah dan usaha menengah bagi usaha besar.

Hal tersebut merupakan salahsatu peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian. Adapun perekonomian suatu negara dapat dikatakan maju jika angka pengangguran di negara tersebut tiap tahun berkurang. Apa pun caranya, pemerintah harus bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat (*Koran Sindo: Fadly. T, 2014*). Pertumbuhan UMKM sangat penting baik untuk wilayah kota maupun perdesaan, menurut teori A. Lewis, pada saat kondisi kelebihan tenaga kerja diperdesaan akan menciptakan arus manusia terus-menerus dari perdesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan ekonomi perkotaan tidak mampu menyerap pendatang-pendatang tersebut, jumlah pengangguran akan meningkat dan akan muncul banyak masalah sosial diperkotaan. Oleh sebab itu, kegiatan-kegiatan non pertanian diperdesaan, terutama industri, selalu diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja kesektor pertanian, sehingga bisa membatasi arus migrasi keperkotaan. Dalam hal ini UMKM perdesaan dapat memainkan parannya dalam penyerapan tenaga kerja.

Dengan menyadari pentingnya peran UMKM dalam perekonomian, maka pemerintah khususnya dari negara sedang berkembang termasuk indonesia, harus membuat program dan kebijakan untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan UMKM. Sehingga diharapkan akan memberi dampak baik dalam perekonomian negara, masyarakat, termasuk pengusaha UMKM sendiri.

2.1.2 Teori Permintaan Tenaga Kerja

Miller & Meiners (1993), berpendapat bahwa permintaan tenaga kerja dipengaruhi oleh nilai marjinal produk (*Value of Marginal Product, VMP*). Nilai

Marjinal Produk (VMP) merupakan perkalian antara Produk Fisik Marginal (*Marginal Physical Product*, MPP) dengan harga produk yang bersangkutan.

Pada saat pengusaha akan menambah atau mengurangi jumlah tenaga kerjanya, maka yang harus dipertimbangkan adalah :

1. Menghitung tambahan output yang akan diperoleh pengusaha sehubungan dengan penambahan satu orang tenaga kerja atau memperkirakan MPPL (*Marginal Physical Product Labor*),
2. Menghitung berapa tambahan pendapatan pengusaha karena adanya tambahan output yang disebabkan oleh tambahan satu karyawan MRP / MR (*Marginal Revenue Product*),

$$MR = MPPL \times P \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana :

P = Harga

MPPL = Nilai Marginal Pekerja

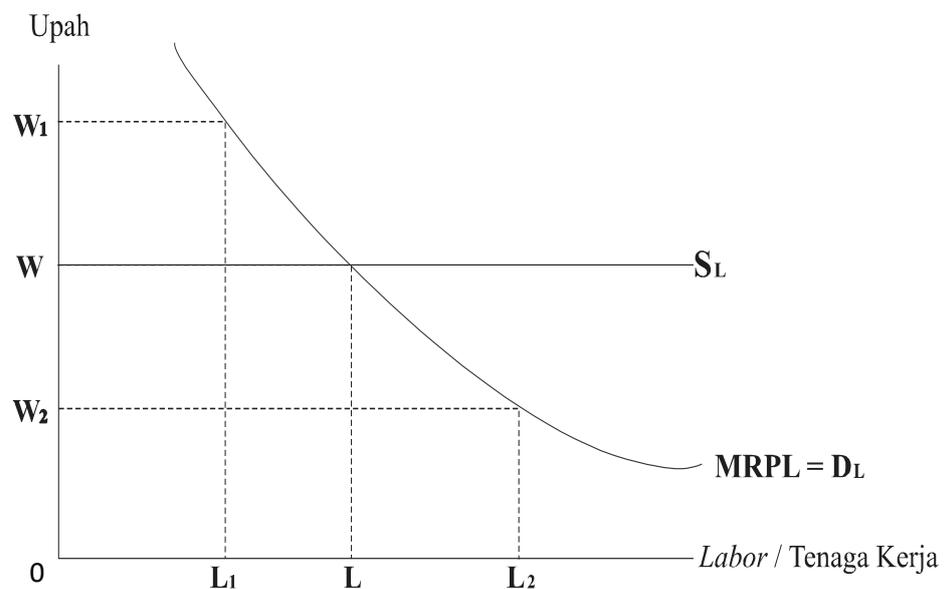
3. Membandingkan Nilai MR dengan biaya yang harus dikeluarkan pengusaha untuk membayar tambahan satu karyawan tersebut atau *Marginal Cost* (MC).

Dimana :

MC = Tingkat Upah (Wage = W)

4. Bila $MR > MC$ berarti tambahan satu karyawan menguntungkan pengusaha,
5. Sepanjang $MR > MC$ maka pengusaha akan terus menambah karyawannya.

Jika tenaga kerja terus ditambah sedangkan alat-alat faktor produksi lainnya tetap, maka perbandingan antara alat-alat produksi untuk setiap pekerja menjadi lebih kecil dan akan menyebabkan tambahan output per pekerja (MPPL) juga semakin kecil dan hal tersebut dinamakan *the law diminishing marginal returns*.



Gambar 2.1
Kurva Permintaan dan Penawaran Tenaga Kerja

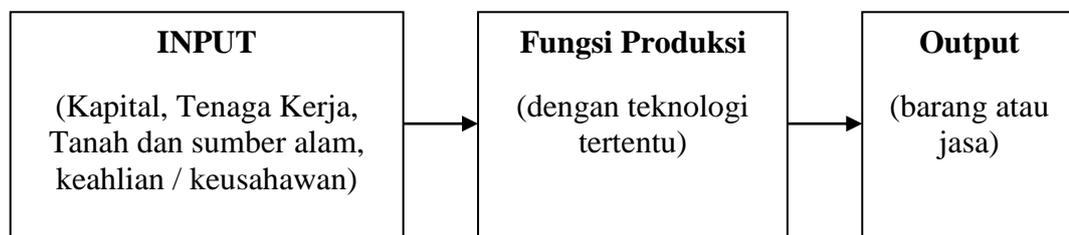
Terlihat pada gambar 2.1, dimana kurva permintaan tenaga kerja suatu perusahaan ditunjukkan oleh garis $DL = MRPL$, dan kurva penawaran tenaga kerja di tunjukan oleh garis SL . Karena pasar tenaga kerja merupakan persaingan sempurna, maka perusahaan dapat meminta pekerja pada saat upah dipasar sebesar W . sehingga kurva penawaran tenaga kerja suatu perusahaan (SL) adalah berbentuk garis horizontal.

Gambar 2.1 menerangkan bahwa apabila pada saat tingkat upah yang berlaku sebesar W , dan Jumlah pekerja sebanyak L_1 , Dimana seperti pada gambar

diatas bahwa $W_1 > W$, maka pengusaha dapat menambah pekerjanya sampai dengan L , sehingga pengusaha mencapai laba maksimum dengan Nilai $MR = MPPL \times P = W = MC$. Dan apabila pengusaha menambah tenaga kerjanya lebih besar dari L atau sebesar L_2 , maka hal tersebut akan mengurarngi profit dari pengusaha itu sendiri, dimana nilai upah yang diberikan lebih besar dari nilai marginal pekerjanya.

2.1.3 Teori Produksi

Produksi adalah setiap kegiatan yang dapat meningkatkan utility (nilai guna) suatu barang (Amaliawati, 2015), dengan cara menstranspormasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Hubungan antara jumlah penggunaan input dan jumlah output yang dihasilkan, dengan teknologi tertentu, sehingga nilai barang tersebut bertambah. Kegiatan tersebut dalam ekonomi biasa dinyatakan dalam fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu. Produksi dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Proses Produksi

Sumber : Sugiarto, 2007

Berdasarkan gambar 2.2 mengenai proses produksi, dimana Sugiarto menggambarkan input berupa kapital (K), tenaga kerja (L), tanah (R), dan keahlian (S). sehubungan antara faktor produksi yang digunakan dengan hasil produksi yang dicapai disebut dengan fungsi produksi yang dinyatakan dalam rumus :

$$Q = f(K,L,R,T) \dots\dots\dots (2.2)$$

Artinya besar kecil output sangat tergantung pada besar kecilnya input yang digunakan. Sehingga dalam hal ini terdapat dua faktor produksi, yakni faktor produksi produksi dengan satu variabel, dan faktor produksi dengan dua input variabel.

2.1.3.1 Teori Produksi dengan Satu Input variabel

Dalam fungsi produksi dengan satu input variabel, proses produksi hanya ada satu faktor produksi (input) yang berubah secara terus menerus, sementara faktor produksi lain tidak berubah (tetap). Sehingga akan berlaku suatu kondisi dimana penambahan output akan semakin berkurang secara terus-menerus, dan akan menghasilkan pada kondisi *the law of deminishing return*.

Adapun fungsi produksi dengan satu input variabel terdiri atas :

1. *Total Product (TP)*

Total product adalah output (Q) yang dihasilkan dari seluruh input yang digunakan.

Dimana : $TP = Q = f(N) \dots\dots\dots (2.3)$

2. *Marginal Product (MP)*

Marginal product adalah perubahan output yang dihasilkan, karena adanya perubahan input yang digunakan.

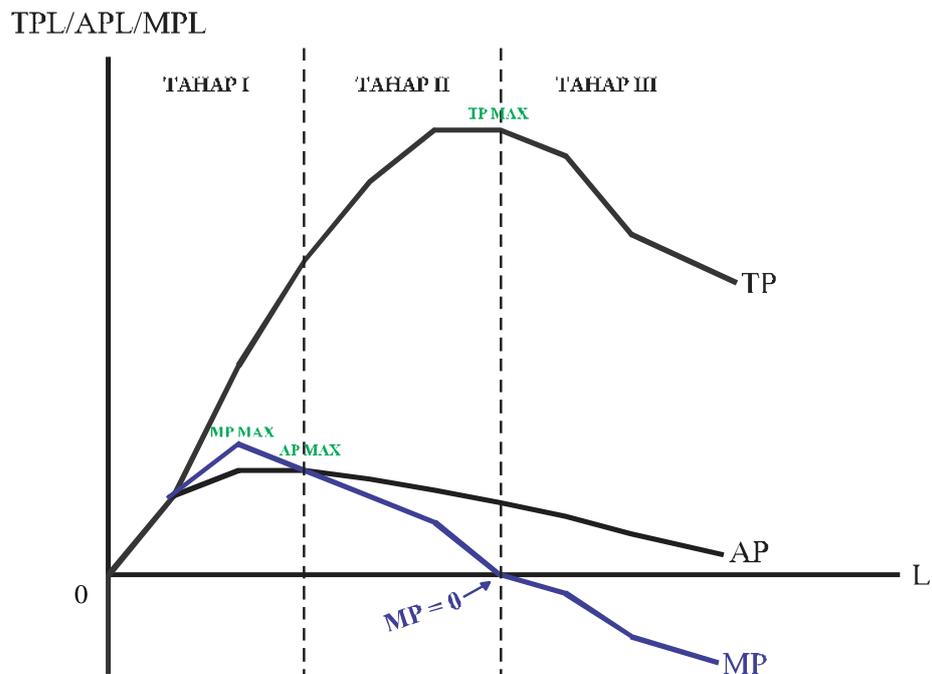
Dimana : $MP = \frac{\Delta TP}{\Delta N} = \frac{dTP}{dN}$ (2.4)

3. *Average Product (AP)*

Average product adalah rata-rata output (Q) yang dihasilkan dari setiap unit input yang digunakan.

Dimana : $AP = \frac{TP}{N} = \frac{f(N)}{N}$ (2.5)

Sehingga dari fungsi TP, MP, & AP yang ada, akan mengakibatkan tahapan dalam kegiatan produksi. Adapun kondisi tahapan tersebut seperti gambar 2.3 berikut ini :



Gambar 2.3

Kurva Produksi Dengan Satu Input Variabel

Tahap 1 dimulai dari titik 0 sampai dengan $AP = MP$, atau pada saat AP Max. pada tahap ini menunjukkan suatu kondisi dimana nilai rata-rata output per unit yang digunakan (AP) terus naik, sehingga Total Product (TP) terus meningkat. Nilai Marginal Product (MP) positif, menunjukkan bahwa dengan ditambah satu unit input, maka masih ada tambahan output yang dihasilkan, sehingga TP naik. Pada tahap ini MP mula-mula meningkat sampai MP Max, selanjutnya menurun. Menurunnya MP mulai pada MP Max. Hal tersebut menunjukkan bahwa mulai berlakunya *the law of diminishing return* yakni tambahan hasil yang semakin berkurang dengan ditambahkan input tenaga kerja (L) secara terus menerus. Pada tahap ini sangatlah rasional bagi seorang produsen jika menambah input tenaga kerja (L).

Tahap 2 dimulai setelah AP Max atau $AP = MP$, sampai dengan $MP = 0$. Tahap ini menunjukkan suatu kondisi dimana nilai rata-rata output per unit yang digunakan (AP) terus menurun, sehingga kecepatan Total Product (TP) semakin melemah / lambat. Nilai MP positif menunjukkan bahwa dengan ditambahkan input yang digunakan masih ada tambahan output yang dihasilkan, sehingga TP masih naik. Pada tahap ini sangatlah rasional bagi produsen untuk berproduksi.

Nilai $MP = 0$, mencerminkan bahwa Total Product (TP) yang dihasilkan akan mencapai titik Max, Tahap ini menunjukkan tahap yang paling rasional, karena jika dibandingkan dengan tahap 1, nilai TP ditahap 2 masih lebih tinggi dibanding tahap 1.

Tahap 3 dimulai setelah $MP = 0$. Tahap ini menunjukkan suatu kondisi dimana nilai rata-rata output per unit input yang digunakan (AP) terus menurun, dan nilai dari MP pada tahap ini adalah negatif, sehingga Total Product (TP) semakin berkurang dan menurun. Berdasarkan hal tersebut tahap ini menunjukkan suatu tahap dimana produsen tidak rasional berproduksi.

2.1.4 Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses dimana seseorang ataupun suatu kelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir & sarana untuk mencari sebuah peluang dan menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui sebuah inovasi & keunikan, tidak mempedulikan apapun sumber daya yang digunakan pada saat ini (Robbin & Coulter).

Adapun menurut Jeffrey A. Timmons (1994) dalam bukunya "*The Entrepreneurial Mind*", yang dikutip oleh Suryana (Kewirausahaan, 2013: 14), mendefinisikan wirausahawan sebagai berikut :

Entrepreneurship is a human, creative act that builds something of value from practically nothing. It is the pursuit of opportunity regardless of the resources, or lack of resources, at hand. It requires vision and the passion and commitment to lead others in the pursuit of that vision. It also requires a willingness to take calculated risks.

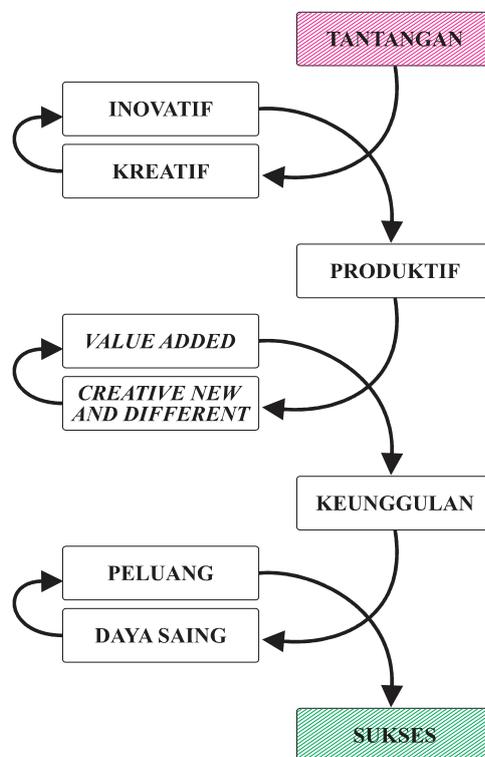
Wirausahawan adalah orang yang bertindak kreatif membentuk nilai terhadap sesuatu secara praktis. Wirausahawan menciptakan berbagai peluang dan dari sumber-sumber yang langka. Hal ini memerlukan visi, memiliki keinginan besar, dan komitmen untuk mencapai visinya dan bersedia untuk menghadapi risiko yang diperhitungkan.

Adapun karakteristik dari kewirausahaan Menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer, yang dikutip (Suryana, 2013) adalah sebagai berikut :

1. Rasa tanggung jawab (Desire for responsibility), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan mawas diri,
2. Memilih risiko yang moderat (Preferene for moderate risk), yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari risiko yang lebih tinggi,
3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (Confidence in their ability to success), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan,
4. Menghendaki umpan balik segera (Desire for immediate feedback), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil,
5. Semangat dan kerja keras (High level of energy), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik,

6. Berorientasi kedepan (Future orientation), yaitu berorientasi ke masa depan, dan memiliki perspektif, dan berwawasan jauh ke depan,
7. Memiliki keterampilan berorganisasi (Skill at organizing), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah,
8. Menghargai prestasi (Value of achievement over money), yaitu menilai prestasi dengan uang.

Sedangkan menurut (Suryana, 2013), proses untuk menjadi kewirausahaan yang sukses itu diawali dari tantangan, dan diakhiri dengan keberhasilan, adapun Suryana menggambarkan proses dari kewirausahaan sebagai berikut :



Gambar 2.4 Model Proses Kewirausahaan
 Sumber : Suryana, 2013

Seseorang bisa menjadi kewirausahaan yang sukses karena menyukai tantangan, kreatif, melakukan usaha yang inovatif, dan berani menghadapi risiko dengan tahapan sebagai berikut :

Pertama, dengan adanya tantangan, seorang wirausahawan akan berpikir kreatif dan berusaha inovatif. Orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif adalah orang yang produktif. Oleh karena itu orang yang memiliki tantangan selalu berpikir kreatif, inovatif dan produktif.

Kedua, Dengan adanya tantangan, akan ada usaha. Sekali menemukan tantangan, maka tantangan berikutnya akan tumbuh. Sehingga wirausahawan berfikir kreatif dan akan menghasilkan gagasan, khayalan, imajinasi dan ide-ide untuk menghasilkan produk-produk inovatif. Inovasi dilakukan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang dikenal dengan nilai tambah. Nilai tambah akan menghasilkan daya saing dan akan menghasilkan peluang.

Ketiga, Seseorang yang berpikir (kreatif) dan bertindak (inovatif) merupakan orang yang produktif, yaitu orang yang selalu berpikir dan bertindak untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda (*some things new and different*). Ini merupakan nilai tambah. Nilai tambah memproyeksikan kualitas, dan kualitas memproyeksikan keunggulan. Keunggulan menghasilkan daya saing. Daya saing merupakan peluang. Dengan demikian, orang kreatif dan inovatif adalah orang yang produktif untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda, bernilai tambah, unggul, berkualitas, berdaya saing, memiliki banyak peluang, dan identik dengan kesuksesan.

Jadi, orang yang sukses adalah orang yang suka tantangan, kreatif dan inovatif, produktif, menghasilkan nilai tambah (*new and different*), berkualitas, unggul, memiliki daya saing, dan memiliki banyak peluang.

2.1.5 Analisis Biaya dan Manfaat (*Cost and Benefits Analysis / CBA*)

Analisis biaya dan manfaat (*Cost and Benefits Analysis*) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui besaran keuntungan / kerugian serta kelayakan suatu proyek. Dalam perhitungannya, analisis CBA memperhitungkan biaya serta manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan suatu program / proyek. Dimana dalam analisis CBA perhitungan manfaat serta biaya tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Adapun biaya proyek adalah seluruh biaya yang dikeluarkan proyek untuk mendapatkan penghasilan (return) dimasa yang akan datang. Biaya proyek pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua jenis biaya secara garis besar, yaitu :

1. Biaya Investasi / Biaya Modal

Biaya Investasi / Biaya Modal adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dari mulai proyek tersebut dilaksanakan sampai proyek tersebut mulai berjalan (beroperasi).

2. Biaya operasional

Biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi suatu proyek berlangsung, dalam artian biaya

Untuk metode yang digunakan dalam menganalisis biaya dan manfaat suatu proyek diantaranya adalah sebagai berikut :

1. *Net Present Value (NPV)*

Net present value digunakan untuk mengetahui status dari suatu proyek, apakah proyek tersebut layak (menguntungkan), atau tidak layak (merugikan).

2. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui prosentase keuntungan dari suatu proyek, sekaligus merupakan alat ukur kemampuan proyek dalam mengembalikan modal dari proyek.

3. *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*

Net Benefit Cost Ratio adalah metode analisis proyek dengan membandingkan NPV positif dengan NPV negatif, untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu proyek, serta menunjukkan gambaran berapa kali lipat benefit yang akan diperoleh dari biaya yang dikeluarkan,

4. *Payback Periods*

Payback Periods adalah metode analisis proyek yang digunakan untuk mengetahui seberapa cepat biaya yang dikeluarkan untuk investasi bisa kembali.

2.2 Penelitian Terdahulu

Selain menggunakan landasan teori yang telah dijelaskan, untuk memperkaya perspektif penelitian ini, peneliti juga mereview terhadap penelitian terdahulu, dimana penelitian tersebut merupakan salahsatu referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian ini. Adapun referensi dari penelitian terdahulu tersebut meliputi :

2.2.1 Penelitian Kristiningsih dan Ardianto

Penelitian yang dilakukan oleh Kristiningsih dan Ardianto. T, yang merupakan peneliti dari Fakultas Ekonomi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah”**: studi kasus pada UKM di wilayah Surabaya (Kristiningsih, Ardianto: 2014).

Tujuan dari penelitian Kristiningsih dan Ardianto. T adalah untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah Surabaya, serta untuk mengetahui apakah faktor-faktor karakteristik pengusaha, karakteristik usaha kecil menengah, dan atribut kontekstual berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha kecil menengah di wilayah Surabaya.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian Kristiningsih dan Ardianto. T adalah metode kuantitatif data primer, dengan menggunakan pengolahan data analisis diskriminan, dimana untuk mendapatkan data yang akan diteliti, Kristiningsih dan Ardianto. T

menggunakan penyebaran kuesioner kepada pemilik usaha kecil menengah di wilayah Surabaya.

Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa dari 39 variabel/sub variabel karakteristik individu, karakteristik UKM, dan variabel kontekstual yang diajukan dalam penelitian, ternyata ada 13 variabel yang secara signifikan mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah Surabaya. Adapun 13 variabel tersebut adalah : kemauan kerja keras (harworker), kepercayaan diri, kemauan belajar, ambisi untuk maju, kepandaian berkomunikasi, kedekatan lokasi dengan industri, kemudahan memperoleh pasar baru, informasi tentang pesaing, informasi peluang usaha, informasi pengembangan produk, kemudahan akses modal, dukungan kebijakan pemerintah, dan pengelolaan manajemen keuangan. Dari ke tiga belas variabel tersebut, kepandaian berkomunikasi merupakan variabel yang paling mempengaruhi perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Surabaya.

Adapun hubungan penelitian yang dilakukan Kristiningsih dan Ardianto. T, dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan analisis Diskriminan dalam pengujian penelitiannya, serta sama-sama meneliti tentang Usaha Kecil Menengah (UKM).

2.2.2 Penelitian Taufiqur Rachman

Penelitian yang dilakukan oleh Taufiqur Rachman, yang merupakan peneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas

Barawijaya, dengan judul penelitian adalah “**Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan**”: studi kasus UKM pada Kebab Ger-Burger di Kota Bangkalan (Rachman, Bangkalan).

Tujuan dari Penelitian yang dilakuakn Taufiqur Rachman adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap pengembangan usaha Kebab Ger-Burger dalam peningkatan pendapatan, serta untuk mengetahui langkah yang tepat untuk pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha Kebab Ger-Burger di Kota Bangkalan.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian Taufiqur Rachman adalah metode kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT dalam menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam penelitiannya.

Hasil dari penelitian Taufiqur Rachman tersebut dimana faktor kekuatan memiliki pengaruh yang sangat besar, faktor kelemahan tidak berpengaruh secara menyeluruh terhadap usaha Kebab Ger-Burger, faktor peluang mempengaruhi sangat besar terhadap pengembangan usaha, dan jika dilihat dari faktor ancaman, tidak besar pengaruhnya terhadap pengembangan usaha. Serta penelitian Taufiqur Rachman merekomendasikan kepada Kebab Ger-Burger untuk menggunakan *growth oriented strategy*.

Adapun hubungan penelitian yang dilakukan Taufiqur Rachman dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan analisis SWOT, dan hal tersebut merupakan salahsatu referensi dalam penelitian yang penulis teliti ini.

2.2.3 Penelitian Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda

Penelitian yang dilakukan oleh Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda, yang merupakan peneliti dari Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional (ITENAS) Bandung. dengan judul **“Studi Tentang Kondisi Industri Kreatif Permainan Interaktif di Kota Bandung Berdasarkan Faktor-Faktor yang Dipersepsikan Penting Oleh Produsen Dan Konsumennya”** (Rukmi, Fitria, Zonda: *Vol 16, No 1, 2012*).

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan kembangan industri permainan interaktif di Kota Bandung dan untuk mengetahui bagaimana kondisi industri mainan interaktif di Kota Bandung menurut persepsi produsen, pemerintah dan konsumen.

Penelitian tersebut menggunakan metode survei, dengan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, wawancara, dan observasi. Serta penggunaan data skunder yang diperoleh dari dinas perindustrian perdagangan Kota Bandung.

Dimana pengolahan data menggunakan analisis faktor untuk mereduksi faktor/subfaktornya.

Hasil dari penelitian Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda adalah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri interaktif adalah bahan baku, media pengenalan, informasi pasar dan lingkungan terhadap proses produksi, penjualan, keahlian dan kreativitas tenaga kerja (kewirausahaan), dan finansial. Adapun kondisi permainan interaktif di Kota Bandung menurut persepsi produsen dan pemerintah terdapat banyak perbedaan, baik yang menyangkut penyediaan bahan baku, pemasaran, dan akses pada sumber dana. Sedangkan menurut persepsi konsumen sudah cukup baik

Adapun hubungan dari penelitian Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda, dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang industri kreatif yang ada di Kota Bandung. Dan penggunaan metode survey dengan teknik sempel pada penelitian Hendang Setyo Rukmi, Lisye Fitria, dan Fajri Zonda menjadi referensi dalam penelitian penulis.

2.2.4 Penelitian Daini Danuat Tri U. dan Darwanto

Penelitian yang dilakukan oleh Daini Danuat Tri U., Darwanto, Jurusan IESP, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro. dengan judul **“Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah**

(UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang” (Danuat, Darwanto: *Vol 2, No 4, 2013*).

Tujuan dari Penelitian yang dilakukan Daini Danuat Tri U., Darwanto adalah untuk mengetahui kondisi Usaha Kecil Menengah (UKM) kreatif di Kota Semarang, serta untuk mengetahui permasalahan yang di alami UKM Kota Semarang.

Penelitian yang dilakukan Daini Danuat Tri U., Darwanto’ menggunakan metode pendekatan kualitatif, hal tersebut dipilih karena penelitian bersifat ilmiah, dengan tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (moleong, 2005). Adapun jenis datanya adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam.

Adapun hasil dari penelitian Daini Danuat Tri U., Darwanto’ dapat disimpulkan bahwa UKM kreatif belum mampu memberikan predikat khusus bagi Kota Semarang, karena mereka memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Masalah yang dihadapi UKM kreatif Kota Semarang antara lain, masalah permodalan yang terbatas, bahan baku dan penggunaan peralatan yang masih sederhana, media pemasaran juga terbatas, biaya transaksi yang cukup banyak, tenaga kerja yang kurang terampil, dan masalah pendaftaran hak cipta mereka.

Adapun hubungan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah, sama-sama meneliti tentang Usaha Kecil Menengah (UKM), dan menjadi referensi bagi peneliti dengan penggunaan metode penelitiannya yakni metode kualitatif, serta teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik wawancara yang mendalam dalam penggunaan penelitiannya.

2.1. Kerangka Pemikiran

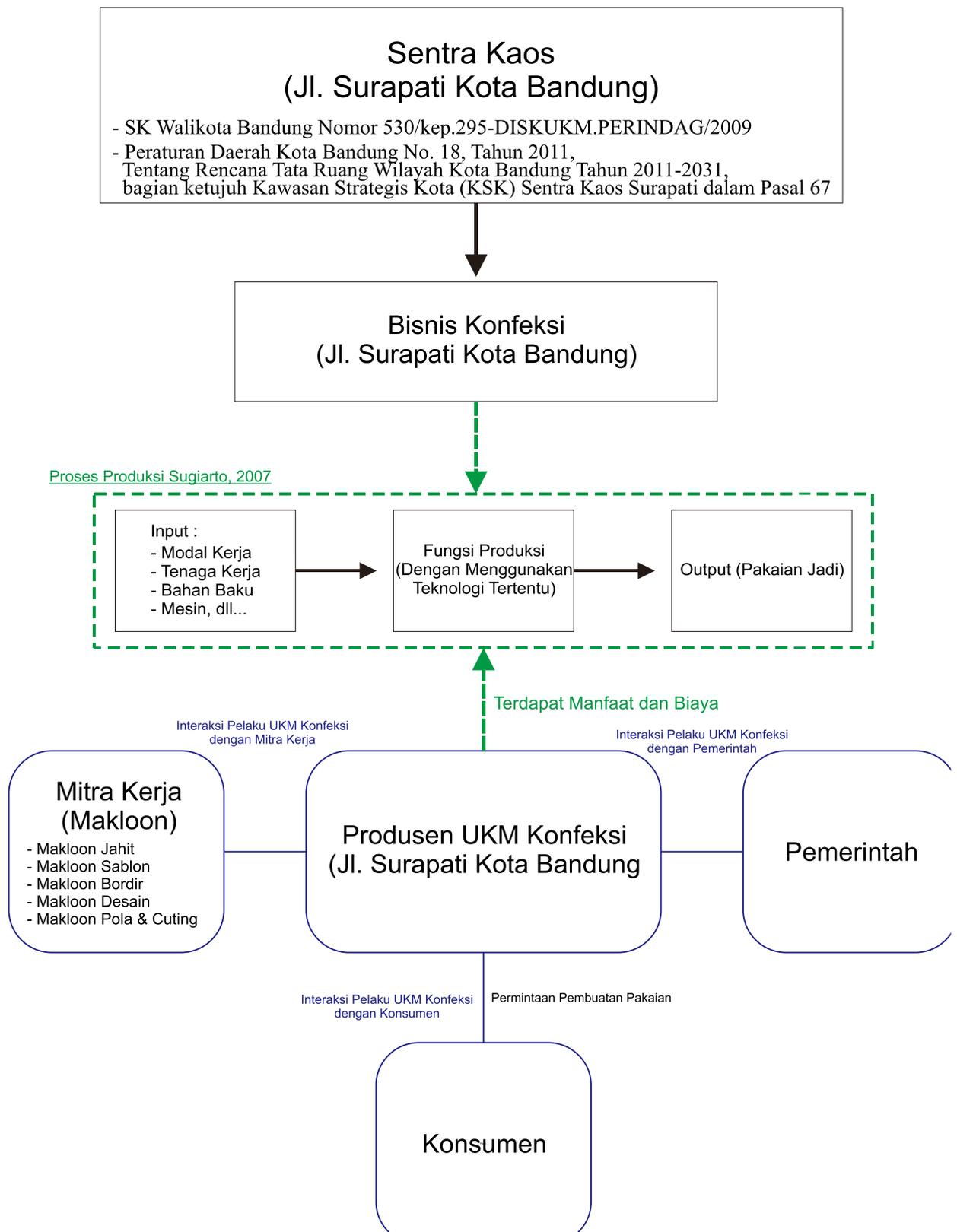
Seperti yang sudah jelaskan pada awal bab ini, dimana usaha konfeksi merupakan industri dengan skala kecil dan menengah (UKM). Bandung yang merupakan salah satu Kota kreatif di Indonesia mempunyai banyak sekali industri konfeksi seperti yang ada di Jalan Surapati, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kota Bandung, yang sekaligus merupakan objek dari laporan penelitian ini.

Sedikit paparan mengenai usaha konfeksi yang akan diteliti, dimana hal tersebut bermula dari Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 530/kep.295-DISKUKM.PERINDAG/2009 yang menyatakan bahwa sentra untuk industri kaos Kota Bandung bertempat di jalan Surapati, dan kemudian disambung kembali melalui Peraturan Daerah Kota Bandung No. 18, Tahun 2011, Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung Tahun 2011-2031, bagian ketujuh Kawasan Strategis Kota (KSK) Sentra Kaos Surapati dalam Pasal 67 ayat 2 yang menerangkan bahwa “Lokasi KSK Sentra Kaos Surapati adalah koridor jalan surapati dan sekitarnya, mulai dari pertigaan jalan gagak sampai persimpangan pahlawan”. sehingga menumbuhkan bisnis dengan literatur konfeksi disana.

Adapun dalam berjalannya usaha konfeksi di Jl. Surapati Kota Bandung tersebut banyak melibatkan pihak. Akan tetapi jika dilihat dari perspektif *supply*, *demand*, *production*, dan *regultor* maka yang terlibat didalamnya adalah, konsumen, pengusaha konfeksi, mitra kerja dan pemerintah. Keempat pemangku kepentingan tersebut merupakan pondasi dari berjalannya usaha konfeksi yang ada di Jl. Surapati Kota Bandung.

Produsen atau pengusaha konfeksi yang ada disentra Surapati Kota Bandung dalam melayani konsumennya tidak sedikit melibatkan mitra kerja (makloon) yang secara langsung membantu dalam proses produksinya. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti kurangnya modal usaha yang dimiliki pengusaha konfeksi, percepatan proses produksi, kurangnya tenaga kerja, dan lain sebagainya. Sehingga banyak sekali nilai manfaat yang ada dari usaha konfeksi tersebut baik itu bersifat *tangible* atau *intangibile*. Adapun pemerintah selaku *regulator* merupakan pendorong usaha konfeksi agar tetap berjalan dan membaik.

Selain dari konsumen, mitra kerja dan pemerintah selaku pemangku kepentingan dalam berjalannya usaha konfeksi, banyak faktor lain diantara hal tersebut yang menyebabkan usaha konfeksi tetap berjalan dan sukses. Sehingga dapat digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.5

Kerangka Pemikiran

2.3 Proposisi Penelitian

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya mengenai fokus penelitian dan rumusan masalah, serta diperkuat dari kajian teori dan kerangka pemikiran yang ada, maka proposisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- *Terdapat biaya dan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat atas keberadaan UKM Konveksi dibenefit proyek yang besar dari industri konfeksi yang ada di Jl. Surapati-Cicaheum (SUCI), Kelurahan Sukaluyu, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kota Bandung. Sehingga proyek dari industri konfeksi tersebut adalah layak.*