

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsepsi Model Milles And Huberman

Menurut Miles dan Huberman, data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk memperoleh penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru data tersebut membantu para peneliti untuk melangkah lebih maju dari praduga dan kerangka kerja awal (Dr. Uber, 2012).

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008: 237), mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Apabila jawaban yang disampaikan oleh orang yang diwawancarai atau informan setelah dianalisis dirasa kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga diperoleh data atau

informasi yang lebih kredibel. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data Collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions*).

2. Konsep Usaha Mikro Kecil Menengah

Definisi UMKM diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Seperti diatur dalam Undang – Undang tersebut, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah (UU No. 20 tahun 2008).

Adapun kriteria usaha mikro yang dimaksud dalam Undang-undang tersebut adalah:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Adapun usaha kecil berdasarkan Undang-undang tersebut adalah, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UMKM yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam Undang - Undang ini.

Menurut Partomo dan Soejoedomo (2004), beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

Menurut Rizky (2008), usaha mikro merupakan usaha informal yang memiliki aset, modal, omzet yang amat kecil. Ciri lainnya adalah jenis komoditi usaha yang dilakukan sering berganti-ganti, lokasi usaha yang terkadang kurang tetap, umumnya tidak dilayani oleh perbankan, dan tidak banyak yang memiliki legalitas usaha.

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional. Dengan demikian UMKM merupakan salah satu indikator utama yang dianggap mampu berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Goso & Bachri, 2016).

Menurut BI & LPPI (2015) dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam 4 (empat) kelompok yaitu:

1. UMKM sektor informal
2. UMKM mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya
2. Usaha kecil dan dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama dan ekspor
3. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

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

terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Masyarakat yang tinggal di pedesaan yang komoditas utamanya berupa pertanian mulai mengembangkan UMKM. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, seperti penyempitan lahan pertanian secara terus menerus dan bertambahnya tenaga kerja di pedesaan. Tentu sektor pertanian tidak lagi dapat menampung seluruh tenaga kerja di pedesaan (Hardilawati, 2020).

Menurut Reslawati (2011), dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki kontribusi paling besar dalam perekonomian nasional, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu :

1. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

2. Konsepsi Strategi dan Hambatan dalam Pengembangan Usaha

Kata strategi berasal dari kata *strategos* yang berarti komandan militer yang dalam artinya yang memenangkan perang. Porter juga mendefinisikan strategi yaitu menciptakan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas (Senja, 2014).

Menurut Chandler yang dimuat oleh Husein (2010), dalam bukunya yang berjudul *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, yakni strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Mintzberg *et al.* (1998), seorang ahli bisnis dan manajemen, bahwa pengertian strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi (*positions*), strategi sebagai taktik (*ploy*) dan terakhir strategi sebagai perpesktif.

Quinn (1999) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh.

Menurut Kotler (1988), perencanaan strategi merupakan proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluangpeluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan.

Menurut Yusniar *et al.* (2014), strategi menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi ritel meliputi penentuan target pasar, sifat barang dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana ritel memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya.

Menurut Rambe (2018), strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

Adapun tipe-tipe strategi, sebagai berikut:

1. Strategi Manajemen Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan pasar, dan sebagainya.
2. Strategi Investasi Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi.
3. Strategi Bisnis Strategi ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, dan strategi strategi yang berhubungan dengan keuangan. (Rangkuti, 2018).

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap (Setyosari, 2012). Adapun pengertian lain dari pengembangan adalah perbuatan menjadikan

bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai (Sukiman, 2012).

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (Anoraga, 2011).

Dalam menjalani dan mengembangkan bisnis dapat dipastikan akan mengalami beberapa hambatan, terlebih bagi para pengusaha kecil menengah. Dalam pertumbuhan usaha, lingkungan bisnis memiliki peran penting terhadap kesuksesan suatu bisnis (Delmar dan Wiklund, 2008).

Menurut Irjayanti dan Azis (2012), kesusahan dan keterbatasan kemampuan usaha mikro dan kecil akan mendapatkan barang bahan mentah disekitar lokasi dan jaringan yang kurang luas, membuat usaha mikro dan kecil harus berusaha lebih untuk menemukan bahan mentah tersebut dan dengan hal tersebut, usaha mikro dan kecil pasti memerlukan biaya lebih untuk melakukannya dan mempertahankan usahanya tersebut.

Menurut Olawe dan Garwe (2010) dari penelitiannya yang dilakukan di Afrika Selatan dengan responden usaha kecil menengah. Mendapatkan bahwa faktor utama dalam hambatan pertumbuhan usaha mikro dan kecil adalah berasal dari faktor finansial, kedua diikuti oleh faktor ekonomi. Pada peringkat tiga hambatan pertumbuhan usaha di Afrika adalah faktor ekonomi, selanjutnya adalah faktor pasar lalu faktor manajemen.

Menurut Irfan (2016), dalam bukunya menjelaskan laju pertumbuhan usaha mikro masih lebih rendah (3,3%) dibandingkan laju pertumbuhan secara keseluruhan (4,4%) sehingga kesenjangan yang terjadi sangat lebar dengan usaha skala besar, yaitu 14.586 kali. Namun jika didukung dengan *supporting elements* yang tepat, maka bisa mempercepat perkembangan usaha skala mikro dan kecil, hal ini perlu diidentifikasi masalah secara tepat. Adapun masalah-masalah tersebut antara lain yaitu:

1. Terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan. Keuangan inklusif perlu dimasukkan dalam program pengembangan lembaga keuangan. Penyertaan modal perlu disertai dengan pembimbingan sistem manajemen.
2. Masih rendahnya kualitas SDM pelaku usaha. Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Begitu pula sistem kaderisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya *one man show*, sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.
3. Kemampuan pemasaran yang terbatas. Meskipun media online telah berkembang, namun media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM. Akses informasi usaha rendah

4. Belum terjalin kemitraan yang baik yang saling menguntungkan antarpelaku UMKM, usaha besar, dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) /Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemitraan perlu dijalin agar mampu membuat sistem yang saling mendukung.

3. Konsepsi Pendapatan

Menurut Sukirno (2006), masalah pendapatan tidak hanya dilihat dari jumlahnya saja, tetapi bagaimana distribusi pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi arah gejala distribusi pendapatan dan pengeluaran di Indonesia:

1. Perolehan faktor produksi dalam hal ini faktor yang terpenting adalah tanah/modal.
2. Perolehan pekerjaan yaitu perolehan pekerjaan bagi mereka yang tidak mempunyai tanah yang cukup untuk memperoleh kesempatan kerja penuh.
3. Laju produksi pedesaan dalam hal ini yang terpenting adalah produksi dan arah gejala harga yang diberikan kepada produk tersebut.

Menurut Nawal (2016), pendapatan atau nama lain *revenue* adalah pendapatan yang diperoleh jangka waktu tertentu. Pendapatan adalah semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pengertian pendapatan (*revenue*) berbeda dengan pengertian penghasilan (*income*). Jika pendapatan (*revenue*) adalah pendapatan yang belum dikurangi biayadan beban, sedangkan penghasilan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya.

Menurut Harnanto (2019), pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan. Pendapatan adalah uang yang diperoleh seseorang atau anggota keluarga yang bersusah payah melakukan kerja. Secara umum pendapatan diartikan sebagai semua penerimaan masyarakat atau negara dari semua kegiatan yang dilakukan maupun kegiatan yang tanpa dilakukan (Randi, 2013).

Soekartawi (2012), menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula (Mahyu, 2018).

Sedangkan menurut Boediono (2002), pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan. Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat.

Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya (Mahyu, 2016).

Menurut Rahardja dan Manurung (2000), pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Menurutnya juga, pendapatan uang (*money income*) adalah sejumlah uang yang diterima keluarga pada periode tertentu sebagai balas jasa atas faktor produksi yang diberikan.

Menurut Raharja dan Manurung (2000), pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*) ada tiga sumber penerimaan rumah tangga, yaitu pendapatan dari gaji dan upah, pendapatan dari asset produktif, dan pendapatan dari pemerintah.

4. Konsepsi Produksi

Istilah Produksi menurut Aziz (2008), sering digunakan dalam membuat sesuatu. Secara khusus, produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah suatu barang atau jasa. Dalam istilah yang lebih luas dan lebih fundamental, produksi dapat diartikan sebagai berikut: perubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang atau jasa.

Menurut Eko (2008), dalam pengertian sederhana, produksi berarti menghasilkan barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pengertian produksi adalah kegiatan menghasilkan barang maupun jasa atau kegiatan menambah nilai kegunaan atau manfaat suatu barang.

Menurut Arif dan Amalia (2010), tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya:

1. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat

Tujuan produksi yang pertama sangat jelas, yaitu pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat. Hal ini akan menimbulkan dua implikasi yaitu :

- a. Produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan, meskipun belum tentu keinginan konsumen karena keinginan manusia sifatnya tidak terbatas sehingga sering kali mengakibatkan ketidakjelasan antara keinginan dan apa yang benar-benar menjadi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang dihasilkan harus memiliki manfaat riil bagi kehidupan bukan sekedar memberikan kepuasan maksimum saja. Dalam konsep masalah, salah satu formulanya adalah harus memenuhi unsur manfaat.
- b. Kuantitas produk yang diproduksi tidak akan berlebihan, tetapi hanya sebatas kebutuhan yang wajar.

2. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya

Meskipun produsen hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia, namun hal ini bukan berarti produsen bersifat pasif dan reaksi terhadap kebutuhan manusia, yang mau memproduksi hanya berdasarkan permintaan konsumen. Produsen harus mampu menjadi sosok yang kreatif, proaktif, dan inovatif dalam menemukan barang dan jasa apa yang menjadi kebutuhan manusia dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut.

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh produsen selalu berdasarkan pada fungsi produksi tertentu. Artinya semua *input* yang digunakan oleh produsen selalu mempengaruhi *output*.

Maka produsen dalam melakukan produksi harus merujuk pada teori produksi. Teori produksi adalah teori yang membahas mengenai hubungan antara *input* dan *output* atau hubungan antara kuantitas produksi dengan fakto-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksinya.

Teori produksi terdiri dari beberapa analisis mengenai bagaimana seharusnya seorang produsen dalam tingkat teknologi tertentu mengkombinasikan berbagai macam faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu seefisien mungkin (Sugiyono, 2017).

Setiap perusahaan akan berbeda-beda dalam proses produksinya baik teknik, penentuan harga, dan jumlah input. Hal tersebut berkaitan dengan orientasi para produsen yaitu laba bersih (Sukirno, 2016). Karena laba sama dengan pendapatan total dikurangi biaya total, maka setiap perusahaan perlu tahu berapa banyak biaya produksi produknya dan berapa banyak produk yang bisa dijual pada tingkat itu. Dalam penentuan faktor-faktor produksi suatu perusahaan akan memilih salah satu kombinasi yang dapat meminimalkan biaya produksi. Suatu produksi yang memaksimalkan output dan meminimalkan input disebut juga dengan produksi yang optimal.

Menurut Case dan Fair (2007), metode produksi yang optimal adalah metode yang meminimalkan biaya. Dengan biaya produksi yang telah diketahui serta harga pasar output yang telah diketahui maka produsen akan membuat

penilaian dan keputusan tentang jumlah produk yang akan diproduksi serta jumlah input yang akan diminta. Artinya perusahaan perlu mencari kombinasi harga input termurah.

Suatu perusahaan yang berada di dalam perekonomian dengan penawaran tenaga kerja yang murah dan berlimpah, tapi sedikit modal maka perusahaan tersebut akan menggunakan metode produksi yang optimal yaitu teknik padat karya. Dalam produksi optimal prinsip yang harus dipegang produsen adalah “Mengambil unit tambahan faktor produksi yang biayanya per rupiahnya akan menghasilkan tambahan nilai penjualan yang paling maksimum” (Sukirno, 2016).

Dalam proses produksi, biaya merupakan suatu unsur yang sangat penting. Biaya produksi merupakan total biaya dari semua input yang dimanfaatkan oleh perusahaan dalam sebuah proses produksi. Biaya produksi dalam pengertian ekonomi adalah keseluruhan pengeluaran yang harus ditanggung untuk menghasilkan barang atau jasa (Arikunto, 2006).

Besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen ditentukan oleh tiga hal, yaitu kondisi fisik dari proses produksi, harga faktor produksi di pasar, dan efisiensi kerja pengusaha dalam memimpin produksi. Sedangkan menurut ahli lain biaya produksi adalah semua pengeluaran yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa (Soeharno, 2007).

5. Konsepsi Tahu

Tahu merupakan makanan yang terbuat dari bahan baku kedelai, dan prosesnya masih sederhana dan terbatas pada skala rumah tangga. Tahu adalah makanan padat yang dicetak dari sari kedelai (*Glycine spp*) dengan proses

pengendapan protein pada titik isoelektriknya, tanpa atau dengan penambahan zat lain yang diizinkan (Suryanto 2002).

Tekstur tahu yang baik adalah yang memiliki tekstur halus, kokoh tetapi tidak keras dan kenyal, karena tahu adalah gel protein kedelai maka jumlah protein kedelai yang digunakan untuk membuat susu kedelai merupakan faktor yang sangat penting untuk menentukan hasil dan kualitas tahu (Poysa dan Woodrow 2002).

Bahan-bahan dasar pembuatan tahu antara lain kedelai, bahan penggumpal dan pewarna (jika perlu). Kedelai yang dipakai harus bermutu tinggi (kandungan gizi memenuhi standar), utuh dan bersih dari segala kotoran. Senyawa penggumpal yang biasa digunakan adalah kalsium sulfat (CaSO_4), asam cuka, dan biang tahu, sedangkan zat pewarna yang dianjurkan dipakai adalah kunyit. Tahap-tahap dalam pembuatan tahu antara lain dengan cara merendam kedelai, mengupas, menggiling, menyaring, memasak, menggumpalkan, mencetak dan memotong (Santoso, 2005).

Tahu merupakan makanan tradisional bagi masyarakat Indonesia sebagai makanan sumber protein yang bermutu tinggi karena banyak terdapat asam amino esensial (Harmayani, 2009).

Menurut Gandhi (2009), kedelai unggulan dengan ukuran dan bentuk yang seragam umumnya digunakan untuk produksi tahu dan susu kedelai, kedelai ini memiliki kandungan protein yang tinggi dan kandungan minyak yang lebih rendah. Hasil analisis parameter mutu kimia kacang kedelai menunjukkan bahwa kacang kedelai Indonesia mempunyai kadar air yang paling besar yaitu sebesar

9.95±0.03%, diikuti dengan kedelai jenis Argentina (9.71±0.08%), *IP 1 year old* (9.07±0.04), US (8.86±0.13), dan *IP New* (8.67±0.13).

Komposisi kimia kedelai adalah 40,5% protein, 20,5% lemak, 22,2% karbohidrat, 4,3% serat kasar, 4,5% abu, dan 6,6% air (Snyder and Kwon, 1987).

Kandungan lemak kedelai sebesar 18-20 % sebagian besar terdiri atas asam lemak (88,10%). Selain itu, terdapat senyawa *fosfolipida* (9,8%) dan *glikolipida* (1,6%) yang merupakan komponen utama membran sel. Kedelai merupakan sumber asam lemak esensial *linoleat* dan *oleat* (Smith and Circle, 1978).

Menurut Cahyadi (2007), kedelai mengandung protein 35 %, bahkan pada varietas unggul kadar proteinnya dapat mencapai 40-43 %. Berikut ini dapat dilihat komposisi kimia biji kedelai kering per 100 gram :

Tabel 5. Komposisi Kimia Biji Kedelai Kering per 100 gram

No.	Komponen	Jumlah
1.	Kalori	331,0 (kkl)
2.	Protein	34,9 (gram)
3.	Lemak	18,1 (gram)
4.	Karbohidrat	34,8 (gram)
5.	Kalsium	227,0 (mg)
6.	Fosfor	585,0 (mg)
7.	Besi	8,0 (mg)
8.	Vitamin A	110,0 (SI)
9.	Vitamin B1	1,1 (mg)
10.	Air	7,5 (gram)

Sumber : Cahyadi , (2007)

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa per 100 gram biji kedelai mengandung beberapa komponen yang dapat memenuhi kebutuhan akan gizi seperti protein, lemak, karbohidrat dan lain sebagainya.

Rekha dan Vijayalakshmi (2013) melakukan penelitian pengaruh parameter proses terhadap kualitas tahu, hasilnya menunjukkan bahwa flavor, kualitas dan tekstur tahu secara signifikan dipengaruhi oleh parameter proses. Tekstur tahu yang dihasilkan tergantung dari kandungan solid susu kedelai sebelum koagulasi, penggunaan natrium bikarbonat memberikan hasil tekstur tahu yang halus dan menurunkan *beany flavour*. Sedangkan syarat mutu angka lempeng total tahu diatur oleh Standar Industri Indonesia No. 0270-1990.

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI 01-3142-1998), tahu didefinisikan sebagai suatu produk makanan berupa padatan lunak yang dibuat melalui proses pengolahan kedelai dengan prinsip pengendapan protein dengan tanpa penambahan makanan lain. Adapun syarat mutu tahu sebagai berikut:

Tabel 6. Syarat Mutu Tahu menurut SNI 01-3142-1998 dan SII No. 0270-1990

Kriteria Uji	Satuan	Persyaratan
Keadaan :		
– Bau		Normal
– Rasa		Normal
– Warna		Putih normal atau kuning normal, tidak berlendir dan tidak berjamur
1.4 Penampakan		
Abu	%b/b	Maks. 1,0
Protein	%b/b	Min. 9,0
Lemak	%b/b	Min. 0,5
Serat kasar	%b/b	Maks. 0,1

BTP	%b/b	Sesuai SNI.0222-M dan Peraturan Men Kes. No. 722/Men.Kes/Per/IX/88
Cemaran Logam :		
- Timbal (Pb)	Mg/kg	Maks. 2,0
- Tembaga (Cu)	Mg/kg	Maks. 30,0
- Seng (Zn)	Mg/kg	Maks. 40,0
- Timah (Sn)	Mg/kg	Maks. 40,0 / 250,0
- Arsen (As)	Mg/kg	Maks. 1,0
Cemaran mikrobial :		
- <i>Escherichia coli</i>	APM/g	Maks. 10
- <i>Salmonella</i>		
- Angka Lempeng	/25 g	Negatif
	Total Koloni/g	Maks. 1.0×10^6

Sumber : (SII, 1990; Badan Standarisasi Nasional, 1998)

B. Penelitian Terdahulu

Pertiwi (2016) meneliti tentang Hambatan dan Strategi Pengembangan Usahatani Kopi dalam Upaya Peningkatan Produksi di Kabupaten Temanggung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan dalam pengembangan usahatani kopi adalah belum terlaksanannya teknik baku budidaya, hasil olahan kopi belum diterima oleh pasar, tertutupnya akses informasi dan kurangnya promosi. Dari metode AHP di peroleh hasil bahwa aspek budidaya menjadi prioritas utama, selanjutnya aspek pemasaran, ketiga aspek pengolahan pasca panen, keempat aspek kelembagaan dan yang terakhir aspek kebijakan.

Siregar *et al.* (2020), meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar, Hasil penelitian bahwa pengusaha UMKM mendapatkan kendala dalam pengembangan usaha yang dijalaninya. Strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar tidak lepas dari peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM. Pemerintah sebaiknya dapat

melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM, serta sosialisasi dan pelatihan – pelatihan, dan para pelaku UMKM sebaiknya lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang.

Mubaranto *et al.* (2016), meneliti tentang Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kabupaten Tegal. Tujuan penelitian adalah menganalisis kinerja usaha dan kemampuan industri kecil tahu menjadi basis ekonomi, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan merumuskan strategi pengembangan industri kecil tahu. Analisa kelayakan usaha industri kecil tahu telah memenuhi semua persyaratan. Input produksi dan tenaga kerja merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja industri kecil tahu. Industri kecil tahu mampu menjadi komoditas basis ekonomi di Kecamatan Adiwerna, Kecamatan Pangkah dan Kecamatan Tarub. Alternatif strategi pengembangan industri kecil tahu di Kabupaten Tegal antara lain adalah meningkatkan: citra produk guna membidik kelas konsumen yang lebih tinggi melalui desain kemasan dan merek, regional branding, penetrasi terhadap rantai suplai dan pengendalian harga kedelai, dan memanfaatkan bahan baku tahu alternatif, optimalisasi nilai ekonomi limbah industri tahu.

Hafis (2017) meneliti tentang Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Prospek Pengembangan Usaha Kerupuk Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini membahas tentang bagaimana usaha kerupuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakatnya. penelitian ini adalah tentang pengembangan usaha yang terfokus pada usaha kecil menengah, dan sama-sama merupakan penelitian kualitatif deskriptif.

Seruni (2019) menganalisis Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kue Kering Nutsafir Gomong Kota Mataram. Penelitian tersebut menekankan pada strategi pengembangan bisnis dan perspektif etika bisnis islam dalam menjalankan Usaha Kue Kering Nutsafir Gomong Kota Mataram. Penelitian ini membahas tentang bagaimana usaha kerupuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakatnya. penelitian ini adalah sama-sama tentang pengembangan usaha yang terfokus pada usaha kecil menengah, dan sama-sama merupakan penelitian kualitatif deskriptif.

Berlian (2017), meneliti tentang Penerapan *Collaborative Governance* Pada Promosi Produk UMKM Tenun Balai Panjang di Kota Payakumbuh, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui collaborative governance yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh, masyarakat serta stakeholder dalam mempromosikan salah satu produk unggulan Kota Payakumbuh yaitu Tenun Balai Panjang. Penelitian ini dilakukan di Kota Payakumbuh menggunakan metode deskriptif dengan studi literature, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik

pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Untuk menjamin validitas data maka dilakukan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah memiliki goodwill dalam memajukan UMKM khususnya Tenun Balai Panjang.

Ishak & Sholehah (2021), meneliti tentang Implementasi Model Pentahelix dalam Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana implementasi model pentahelix dalam pengembangan UMKM dimasa pandemi covid-19 di Kecamatan Wonosari. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Wonosari menggunakan model pentahelix telah melibatkan lima stakeholder yaitu pemerintah, akademisi, komunitas, bisnis dan media.

Arifin(2019), meneliti tentang Peningkatan Pendapatan Pemilik Usaha Mebel Melalui Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Pringsewu Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal kerja, upah, dan lama usaha terhadap produksi dan pendapatan usaha mebel di Kabupaten Pringsewu. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak yang terkait.

Sriyana (2010), meneliti Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) studi kasus di Kabupaten Bantul, Dari hasil kajian, maka diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten bantul, Provinsi DIY, antara lain: (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. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi UKM, maka diperlukan strategi untuk mengatasinya. Untuk mengembangkan UKM tentu saja tidak hanya dibebankan pada UKM sendiri namun harus memperoleh dukungan seluruh stake-holders.

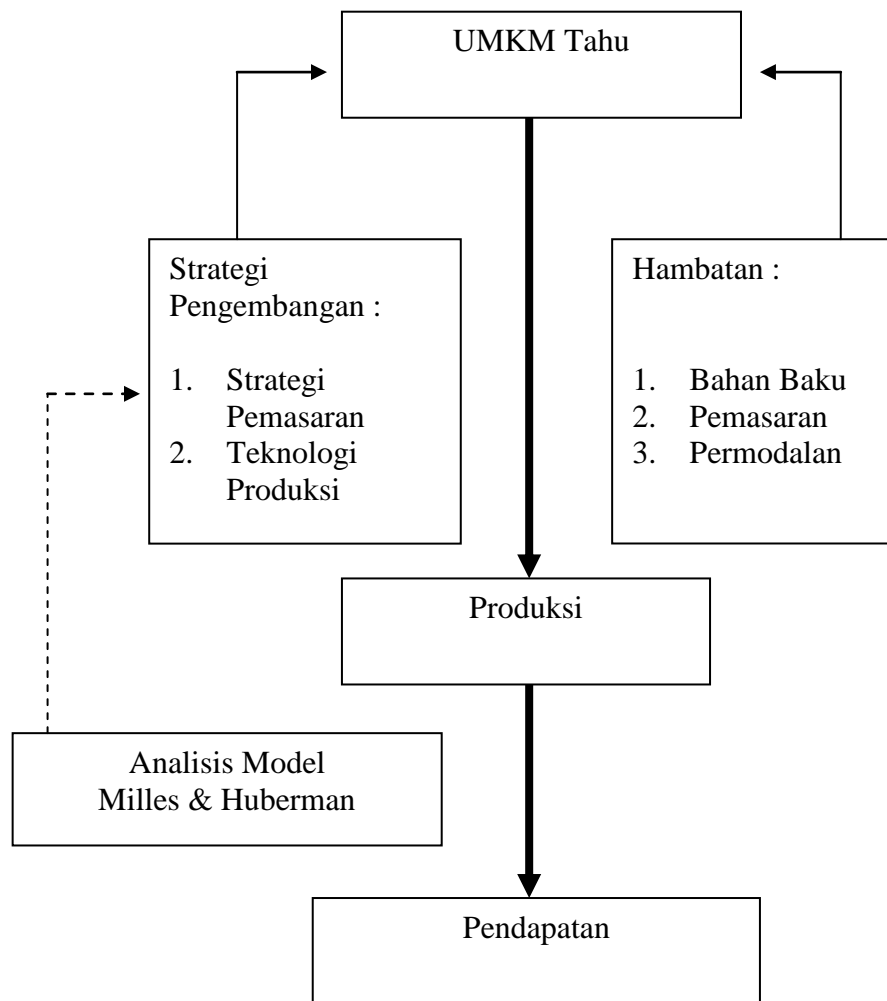
Sridewi (2020), menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru. Penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis data model milles dan huberman dan sama sama terfokus pada pengembangan usaha.

Imam (2019), meneliti Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian didapatkan dilapangan berupa faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan usaha kue rumahan yaitu faktor tempat, faktor harga, dan faktor promosinya.

Ernestivita *et al.* (2019). menganalisis Karakteristik Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Kediri. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik pelaku UMKM di Kota Kediri – Jawa Timur Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kemampuan pengusaha UMKM di Kediri masih rendah terhadap akses sumber pendanaan. (2) Mereka memiliki karakteristik entrepreneurship, indikator karakteristik entrepreneurship yang menonjol itu ditunjukkan oleh sifat tekun dan produktif kemudian kemampuan bergaul, sifat keyakinan diri dan perhitungan atas resiko sementara sifat inovasi yang mendasar dalam konsep entrepreneurship justru skornya berada pada posisi ketiga, ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk melakukan inovasi masih rendah sehingga pada umumnya mereka terfokus kepada kegiatan usaha yang dilakukan secara rutinitas.

C. Model Pendekatan

Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model pendekatan diagrametik, yang dapat dilihat pada gambar.1 :



Keterangan :

- >** : Menganalisis
- - - - ->** : Menggunakan
- : Menghasilkan

Gambar 1. : Model pendekatan diagrametis Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Tahu Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Di Desa Karya Makmur Kecamatan Madang Suku III Kabupaten Oku Timur

D. Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilakukan di UMKM Tahu yang berada di Desa Karya Makmur Kecamatan Madang Suku III Kabupaten Oku Timur
2. Hambatan produksi adalah keterbatasan keterbatasan yang mempengaruhi proses produksi seperti bahan baku, pemasaran dan permodalan
3. Strategi pengembangan adalah langkah untuk menentukan perencanaan pengembangan suatu usaha agar dapat menghadapi persaingan di masa yang akan datang seperti strategi pemasaran dan teknologi produksi
4. Strategi Pemasaran adalah suatu cara yang digunakan untuk menarik konsumen guna untuk mencapai target pelanggan dan penjualan
5. Teknologi Produksi adalah cara meningkatkan produksi dengan menggunakan teknologi yang lebih modern
6. Produksi adalah jumlah tahu yang dihasilkan oleh UMKM (kg/hari)
7. Pendapatan adalah jumlah pemasukan yang didapat atas penjualan tahu kepada pelanggan
8. Analisis model Milles & Huberman, yaitu model analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Analisis ini terdiri dari 3 hal utama yaitu : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.