

**STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT  
PANOMPUAN JAE KECAMATAN ANGKOLA TIMUR**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Islam*

**Oleh**

**EDI SAPUTRA HARAHAHAP  
NIM. 20 402 00230**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT  
PANOMPIAN JAE KECAMATAN ANGKOLA TIMUR**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Islam*

**Oleh**

**EDI SAPUTRA HARAHAHAP  
NIM. 20 402 00230**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT  
PANOMPUAN JAE KECAMATAN ANGKOLA TIMUR**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Islam*

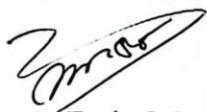
**Oleh**

**EDI SAPUTRA HARAHAP  
NIM. 20 402 00230**

**PEMBIMBING I**

  
**Dra. Hj. Replita, M.Si**  
NIP.196905261995032001

**PEMBIMBING II**

  
**Nando Farizal, M.E**  
NIP.199410192022031003

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

Hal : Lampiran Skripsi  
An. **Edi Saputra Harahap**  
lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Februari 2025  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **Edi Saputra Harahap** yang berjudul "**Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalankan sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatian diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**



**Dra. Hj. Replita, M.Si**  
**NIP.196905261995032001**

**PEMBIMBING II**



**Nando Farizal, M.E**  
**NIP.199410192022031003**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Edi Saputra Harahap  
NIM : 20 402 00230  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan  
Jae Kecamatan Angkola Timur

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, Desember 2024

Saya yang Menyatakan,



**Edi Saputra Harahap**  
**NIM. 20 402 00230**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edi Saputra Harahap  
NIM : 20 402 00230  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur ” dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : Desember 2024

Saya yang Menyatakan,



**Edi Saputra Harahap**  
**NIM. 20 402 00230**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Edi Saputra Harahap  
NIM : 20 402 00230  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan  
Jae Kecamatan Angkola Timur

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si  
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Muhammad Isa, S.T., M.M  
NIDN. 2005068002

Anggota

Dra. Hj. Replita, M.Si  
NIDN. 2026056902

Muhammad Isa, S.T., M.M  
NIDN. 2005068002

Nofinawati, M.A  
NIDN. 2016118202

Adanan Murroh Nasution, M.A  
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan  
Tanggal : Selasa, 23 Desember 2024  
Pukul : 14:30 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/77,25 (B)  
Indeks Prediksi Kumulatif : 3,59  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan H.T. Rizal Nurdin Km, 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634)24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT  
PANOMPUAN JAE KECAMATAN ANGKOLA TIMUR  
**NAMA** : EDI SAPUTRA HARAHAP  
**NIM** : 20 402 00230

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi  
Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 19 Februari 2025



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : **Edi Saputra Harahap**  
**Nim** : **20 402 00230**  
**Judul Skripsi** : **Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat  
Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur**

Peningkatan ekonomi masyarakat melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu solusi strategis untuk memperkuat perekonomian lokal dan nasional. UMKM memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan, serta mendorong inklusi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menggali strategi peningkatan UMKM. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, dan pemerintah. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi Nvivo, yang memfasilitasi pengelompokan tema-tema utama, seperti modal, pemasaran dan pelatihan kewirausahaan, dan inovasi produk. Hasil penelitian ini adalah beberapa strategi yang digunakan para pelaku UMKM dalam meningkatkan usahanya yaitu: Mengaplikasikan media sosial sebagai alat promosi, Menjaga kualitas produk, Memperbaiki infrastruktur, dan Kolaborasi dengan pihak lain. Hambatan yang dialami pelaku UMKM yaitu: Minimnya modal, Kurang berkualitasnya SDM dan Minimnya pengetahuan akan teknologi. Sedangkan peran pemerintah dalam meningkatkan UMKM yaitu: Insentif pajak, Mempermudah proses perizinan, Menjaga keamanan, dan Melakukan promosi.

**Kata kunci: strategi, ekonomi, masyarakat, UMKM**

## **ABSTRACT**

**Name** : *Edi Saputra Harahap*

**Reg. Number** : *20 402 00230*

**Thesis Title** : *Strategy for Improving the Economy of the Panompuan Jae Community, East Angkola District*

*Improving the community's economy through micro, small, and medium enterprises (MSMEs) is one of the strategic solutions to strengthen the local and national economy. MSMEs have a significant role in creating jobs, reducing poverty, and encouraging economic inclusion. This study aims to identify effective strategies in improving the performance of MSMEs to improve the economic conditions of the community. This study uses a qualitative approach. The main focus of this study is to explore strategies for improving MSMEs. Data were collected through in-depth interviews with MSME owners and the government. Data analysis was carried out using the Nvivo application, which facilitates grouping of main themes, such as capital, marketing and entrepreneurship training, and product innovation. The results of this study are several strategies used by MSME actors in improving their businesses, namely: Applying social media as a promotional tool, Maintaining product quality, Improving infrastructure, and Collaborating with other parties. The obstacles experienced by MSMEs are: Lack of capital, Lack of quality human resources and Lack of knowledge of technology. While the role of government in improving MSMEs is: Tax incentives, Simplifying the licensing process, Maintaining security, and Carrying out promotions.*

**Keywords:** *strategy, economy, society, MSMEs*

## خلاصة

الإسم	: إيدي سابوترا هارهاب
الرقم	: ٢٠٤٠٢٠٠٢٣٠
عنوان الأطروحة	: استراتيجية تحسين اقتصاد مجتمع بانومبوان جاي، منطقة شرق أنغكولا

يعد تحسين اقتصاد المجتمع من خلال المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر أحد الحلول الإستراتيجية لتعزيز الاقتصاد المحلي والوطني. وللمؤسسات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة دور مهم في خلق فرص العمل والحد من الفقر وتشجيع الإدماج الاقتصادي. يهدف هذا البحث إلى التعرف على الاستراتيجيات الفعالة في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر لتحسين الظروف الاقتصادية للمجتمع. يستخدم هذا البحث نهجا نوعيا. التركيز الرئيسي لهذا البحث هو استكشاف استراتيجيات لتحسين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر. تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة مع أصحاب الأعمال الصغيرة والصغيرة والمتوسطة والحكومة. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام تطبيق نيفو، الذي يسهل تجميع المواضيع الرئيسية، مثل رأس المال والتدريب على التسويق وريادة الأعمال، وابتكار المنتجات. تتمثل نتائج هذا البحث في العديد من الاستراتيجيات التي يستخدمها مشغلو المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لتحسين أعمالهم، وهي: تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي كأداة ترويجية، والحفاظ على جودة المنتج، وتحسين البنية التحتية، والتعاون مع الأطراف الأخرى. العقبات التي تواجهها المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر هي: نقص رأس المال، ونقص الموارد البشرية ذات الجودة، ونقص المعرفة بالتكنولوجيا. وفي الوقت نفسه، فإن دور الحكومة في تحسين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر هو: الحوافز الضريبية، وتبسيط عملية الترخيص، والحفاظ على الأمن، وتنفيذ الترتيبات.

**الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الاقتصاد، المجتمع، المشروعات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah*, puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani dan yang telah membawa ajaran Islam bagi seluruh penghuni alam.

Skripsi ini berjudul: “**Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan Jaen**” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan; Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan kelembagaan; Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Bapak Dr.

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan; Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik ; Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan Serta Bapak/Ibu Dosen dan juga Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan
4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Nando Farizal, M.E. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Zhulaika Matondang, S.Pd, M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
6. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh referensi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama proses perkuliahan.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Bapak Muslimin Harahap dan Ibunda Marbawiyah Siregar yang telah menjadi orang tua terbaik serta memberikan kasih sayang dan kepercayaan penuh kepada saya yang tiada hentinya. Serta memberi dukungan moral dan material, serta doa dan restu yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
9. Saudari Nur Laila Harahap dan Hotnida Harahap selaku kakak-kakak peneliti dan Luat Harahap, Isrul Juanda Harahap, Pahrur Rozi Harahap selaku abang-abang peneliti dan Ahmad Jamil Harahap selaku adik peneliti, dan yang tak lupa keluarga besar peneliti yang telah memberikan motivasi serta bantuan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
10. Teman-teman seperjuangan Mahir Yahdi Nasution, Muhammad Aidil Gultom, Munardi Siregar, Riski Aulia Rahman Harahap, Wildan Ashari Lubis dan teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2020, teman-teman kontrakan, dan teman-teman group KOS, dan tak lupa juga sahabat peneliti Faisal Amri Nasution, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 20 Desember 2024  
Peneliti

**EDI SAPUTRA HARAHAP**  
**NIM. 20 402 00230**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	ء	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— \	Kasrah	I	I
و	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..... ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ا ... ي	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis di atas
... ي	Kasrah dan ya	-	I dan garis di bawah
... و	dommah dan wau	-	u dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per-kata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga.

Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

SAMPUL HALAMAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	viii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. FokusMasalah .....</b>	<b>10</b>
<b>C. Batasan Istilah.....</b>	<b>10</b>
<b>D. RumusanMasalah .....</b>	<b>10</b>
<b>E. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>F. KegunaanPenelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II TinjauanPustaka.....</b>	<b>12</b>
<b>A. LandasanTeori .....</b>	<b>12</b>
1. KonsepEkonomi.....	12
2. PertumbuhanEkonomi.....	16
3. KonsepEkonomi Islam.....	18
4. PertumbuhanEkonomi Islam .....	22
5. UMKM.....	23
a. PengertianUMKM.....	23
b. Kriteria UMKM.....	26
c. Ciri-ciri UMKM .....	27
d. Peran UMKM.....	29
e. Kekuatan Dan Kelemahan UMKM.....	33
f. Strategi Peningkatan UMKM.....	34
<b>B. PenelitianTerdahulu .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
<b>A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>B. Jenis Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>C. SubjekPenelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>D. SumberPenelitian.....</b>	<b>46</b>
1. Primer .....	46

2. Skunder .....	46
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>47</b>
1. Wawancara .....	47
2. Dokumentasi .....	47
<b>F. Teknik Pengesahan Keabsahan Data .....</b>	<b>47</b>
<b>G. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB IV Hasil Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>A. Pandangan umum .....</b>	<b>50</b>
1. Lokasi penelitian .....	50
2. Struktur Pemerintahan .....	50
3. Visi-misi.....	51
<b>B. Hasil Penelitian Wawancara.....</b>	<b>52</b>
1. Strategi Pelaku Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan .....	52
2. Faktor-Faktorn Penghambat Peningkatan UMKM .....	55
3. Peran Pemerintah Dalam Pertumbuhan UMKM .....	57
<b>C. Pengolahan Data Dengan N'vivo.....</b>	<b>59</b>
1. Hasil Wawancara Dengan Pihak Pemerintah Daerah Masyarakat Panompuan JaeKecamatan Angkola Timur .....	59
2. Hasil Wawancara Dengan Para Pelaku UMKM Panompuan Jae .....	61
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>63</b>
1. Strategi Yang diterapkan Pelaku Umkm Dalam Meningkatkan Usahnya.....	63
2. Faktor-Faktor Penghambat Peningkatan UMKM .....	67
3. Peran Pemerintah Dalam Pertumbuhan UMKM .....	70
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>73</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>74</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>74</b>

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I.1 Tingkat Penerima Bantuan.....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel IV.1 Daftar Wawancara Dengan Pihak Pemerintahan Desa .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel IV.2 Daftar Wawancara Dengan Pihak Pelaku UMKM.....</b>	<b>64</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar IV.1 Gambar Struktur Kepemimpinan.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar IV.2 Gambar Hasil Uji Wawancara Dengan Pemerintahan .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar IV.3 Gambar Hasil Uji Wawancara Dengan Pihak UMKM.....</b>	<b>65</b>

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Desa Panompuan Jae, yang secara geografis terletak di Kecamatan Angkola Timur, Kabupaten Tapanuli Selatan, desa Panompuan jae merupakan wilayah perbatasan bagian utara antara Kabupaten Tapanuli Selatan dengan Kabupaten Padang Lawas Utara. Desa ini menjadi alur lalu lintas menuju Ranto Parapat dan medan. Desa Panompuan Jae memiliki jumlah masyarakat sebanyak 1.492 jiwa. Dari jenis kelamin, masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki terdiri dari 760 jiwa dan yang berjenis kelamin perempuan terdiri dari 732 jiwa.<sup>1</sup>

Masyarakat Panompuan Jae memiliki sumber perekonomian dalam hal memenuhi kebutuhan, diantaranya bertani, berwirausaha, wiraswasta dan lain-lain.<sup>2</sup> Masyarakat yang memiliki sumber ekonomi dari aspek pertanian lebih banyak memilih bertani padi dan karet. Sedangkan masyarakat yang memiliki sumber perekonomian dari aspek wirausaha memilih dari berbagai sektor seperti, berjualan bahan pokok, membuka bengkel, rumah produksi seperti keripik singkong, dan bahkan ada juga yang membuka usaha UMKM seperti kafe.

Beberapa sumber perekonomian di atas, merupakan sumber perekonomian yang memiliki potensi yang cukup menjanjikan dalam hal peningkatan ekonomi masyarakat. Dari sumber perekonomian ini dapat meningkatkan kesejahteraan

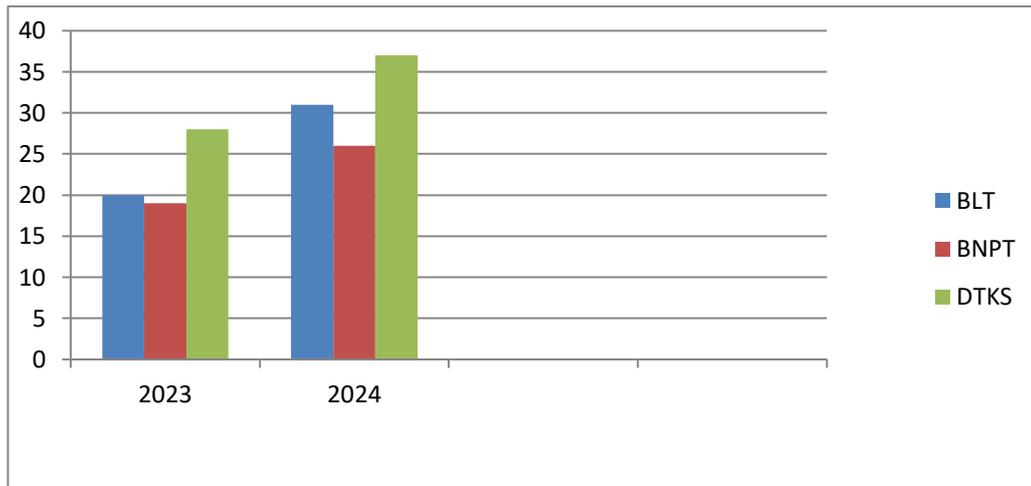
---

<sup>1</sup>Asiva Noor Rachmayani, *Kecamatan Angkola Timur Dalam Angka 2023* (Kabupaten Tapanuli Selatan: Badan Pusat Staistik Kabupaten Tapanuli Selatan, 2023). Hlm.13

<sup>2</sup> Samsul Marif Hasibuan, Kepala Desa, *Wawancara*, (Panompuan Jae, 7 Okteber 2024), Pukul 14.00 Wib

masyarakat, yang dapat meminimalisir tingkat kemiskinan dikalangan masyarakat. Dari data yang diberikan oleh pemerintahan desa Panompuan Jae bahwa penerima bantuan sebagai berikut

**Tabel 1 Tingkat Penerima Bantuan**



	BLT	BNPT	DTKS
2023	20 Orang	19 Orang	28 Orang
2024	31 Orang	26 Orang	37 Orang

*Sumber: wawancara dengan sekretaris desa*

BLT adalah singkatan dari bantuan langsung tunai, yaitu bantuan yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk uang tunai langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dengan tujuan untuk meringankan beban ekonomi mereka. BNPT adalah singkatan dari bantuan pangan non tunai, yaitu program bantuan sosial dari pemerintah Indonesia yang bertujuan untuk membantu pangan mereka. DTKS adalah singkatan data terpadu kesejahteraan sosial, yaitu data yang digunakan pemerintah Indonesia untuk mengidentifikasi rumah tangga yang berhak menerima bantuan sosial atau program kesejahteraan.

Berdasarkan dari data di atas, dapat dilihat bahwa penerima bantuan dari tahun 2023-2024 mengalami kenaikan. Baik dari segi bantuan BLT, BNPT

maupun yang sudah terdaftar DTKS. Yang mengartikan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat Panompuan Jae mengalami penurunan. Dimana dilihat dari beberapa mata pencarian masyarakat sangatlah berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat terkhususnya UMKM itu sendiri. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian di banyak daerah pedesaan di Indonesia, termasuk di Panompuan Jae.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam perekonomian rakyat telah menjadi perhatian bersama, terutama pada kondisi perubahan cepat pada dampak globalisasi yang kian menuntut masyarakat agar dapat menyelaraskan kerjakerasnya. Industri kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi produktif yang berdiri pada dan oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah. Kegiatan ini telah digeluti oleh masyarakat Indonesia bahkan masyarakat di daerah plosok karena kemudahannya yang tidak memerlukan sarana dan fasilitas berskala besar dalam menjalani usahanya.

Pembinaan dan pengembangan UMKM di Indonesia bertujuan agar kesempatan berusaha, kesempatan untuk bekerja, menguatkan struktur industri dengan adanya keterlibatan antara industri kecil, menengah dan besar, melestarikan seni dan budaya kearifan lokal, mewujudkan sistem distribusi barang yang efisien, meningkatkan aktivitas masyarakat pada setiap daerah, meningkatkan pembangunan di setiap daerah, serta meningkatkan pemasaran dalam dan luar negeri.

UMKM yang telah menjangkau daerah pelosok, mampu menyerap tenaga kerja pada masyarakat daerah pelosok.<sup>3</sup> Sehingga mereka tidak perlu lagi menggantungkan perekonomiannya di kota untuk memperoleh kehidupan yang lebih layak. Selain itu, dengan banyaknya UMKM yang tersebar pada berbagai daerah di Indonesia, menyebabkan UMKM mampu menciptakan pemerataan tingkat perekonomian masyarakat dan telah menjadi bagian terbesar sebagai pelaku dunia per pasaran, maka tidak heran jika pemerintah saat ini sedang gencar melakukan berbagai upayah pergerakan untuk meningkatkan peran strategisnya dalam perekonomian nasional.<sup>4</sup>

Namun, meskipun UMKM telah diakui sebagai motor penggerak ekonomi, masyarakat di Panompuan Jae masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan UMKM yang berkelanjutan dan kompetitif. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, akses pasar yang sempit, rendahnya keterampilan manajerial, serta minimnya dukungan infrastruktur dan teknologi<sup>5</sup>. Kondisi ini memerlukan strategi yang terarah dan komprehensif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM secara optimal. Pengembangan UMKM di Panompuan Jae dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian tradisional. Berbagai sektor potensial seperti usaha kuliner, kerajinan tangan, industri

---

<sup>3</sup> Cynthia Alkalah, *Manajemen UMKM Dan Koperasi*, Vol. 19 (Surabaya: Unitomo Press, 2019). Hlm. 47

<sup>4</sup>Syaeful Bakhri, *Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan (Industri Kecil Menengah)* (Cirebon: K-Media, 2020). Hlm.47

<sup>5</sup> Miftahul Rahma, Pelaku UMKM, *Wawancara*, (Panompuan Jae, 18 November 2024), Pukul 11:00 Wib

kreatif, hingga pariwisata berbasis komunitas dapat dikembangkan sebagai sumber perekonomian baru bagi masyarakat. Dengan demikian, strategi peningkatan ekonomi melalui UMKM perlu dirumuskan berdasarkan pendekatan yang mengakomodasi kebutuhan lokal, memanfaatkan potensi daerah, serta menghadirkan inovasi dan teknologi yang sesuai.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai instrument pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan, dan pemerataan ekonomi.<sup>6</sup> Di Panompuan Jae, UMKM dapat menjadi solusi utama dalam mengatasi masalah ekonomi seperti rendahnya pendapatan per kapita, pengangguran, dan ketergantungan pada sector pertanian yang sering kali menghadapi tantangan perubahan iklim dan harga pasar yang fluktuatif.

Salah satu kunci keberhasilan pengembangan UMKM adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pelaku UMKM perlu diberikan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan mengenai berbagai aspek usaha, mulai dari manajemen keuangan, strategi pemasaran, hingga pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan ini dapat diselenggarakan oleh pemerintah daerah bekerjasama dengan perguruan tinggi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang memiliki kompetensi di bidang pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam era digital saat ini, UMKM perlu didorong untuk memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana

---

<sup>6</sup> Alkalah, *Manajemen Umkm Dan Koperasi*.

untuk memperluas pasar.<sup>7</sup> *E-commerce* dan media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk UMKM secara lebih luas. Selain itu, pemerintah daerah dapat membantu dengan membuat program promosi dan pameran produk UMKM di tingkat regional maupun nasional. Pemerintah daerah perlu berperan aktif dalam meningkatkan kualitas infrastruktur, terutama akses jalan dan jaringan internet di desa Panompuan Jae. Dengan infrastruktur yang memadai, distribusi produk UMKM dapat berjalan lebih lancar, dan akses informasi serta teknologi digital menjadi lebih mudah.

Hasil penelitian dari Aulia Putri Rahmadani, Dwi Agustia, dkk menyatakan dalam penelitiannya bahwa Hasilnya, setelah melakukan sosialisasi dan pelatihan, UMKM mulai berkembang, salah satunya adalah perkembangan pemasaran di *marketplace*, dengan perkembangan tersebut memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk dan bagi konsumen memudahkan dalam membeli produk yang diinginkan. Adapun realisasi dari program yang kami adakan diantaranya pemanfaatan teknologi secara maksimal, meningkatkan perekonomian masyarakat, dan meningkatkan kualitas SDM.<sup>8</sup> Tjahjani Murdijaningih, Minadi Wijay menyatakan bahwa hasil pengabdian masyarakat adalah bertambahnya pengetahuan pelaku UMKM di Desa Pagenteran tentang ekonomi

---

<sup>7</sup> Asiva Noor Rachmayani, *Manajemen Pemasaran Digital* (Makassar: Mitra Ilmu, 2024). Hlm.1

<sup>8</sup> Aulia Putri Rahmadani Et Al., “Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing,” *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, No. 2 (2023): 57–66, <https://doi.org/10.61813/Jlppm.V2i2.39>.

digital di dalam pengelolaan UMKM, baik pemasaran, keuangan maupun inovasi produk.<sup>9</sup>

Hasil penelitian saudara Nur Indah Imansari Menyatakan bahwa Strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman para pelaku UMKM sudah melakukan strategi pengembangan cukup baik. Strategi produk yang digunakan sudah berkualitas untuk segi bahannya. Strategi penjualan dengan media sosial online dan offline. Strategi pasar yang dilakukan sudah menyeluruh di kalangan masyarakat Indonesia. Strategi distribusi menggunakan jasa pengiriman JNE, J&T dan COD. Modal yang cukup, tenaga kerja yang terampil dan terdidik, pendidikan yang cukup, pengalaman yang cukup, usia yang produktif semua itu sudah mampu dijadikan faktor pendukung oleh para pelaku UMKM tas anyaman dan untuk faktor penghambat yang mempengaruhi UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan salah satunya adalah persaingan harga antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota sehingga menyebabkan turunya pendapatan. Dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Pendapatan yang dihasilkan juga mampu untuk menyekolahkan anaknya dan juga mampu untuk memenuhi kebutuhan serta menambah penghasilan dalam keluarganya. Dampak negatif ini memberikan dampak berupa turunya pendapatan atau upah kerja mereka, hal ini

---

<sup>9</sup> T Murdijaningsih, M Wijaya, And ..., "Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Umkm Di Era Ekonomi Digital," *WIKUACITYA: Jurnal ...* 02, No. 02 (2023): 110–15, <https://doi.org/10.56681/Wikuacitya.V2i2.121>.

disebabkan karena adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota.<sup>10</sup>

Siti Hadjerah menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis dapat membuat kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Diketahui Pengembangan UMKM yang di Kelurahan Watang Soreang yaitu dengan Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan. Pengadaan pembinaan dan pelatihan dan penyediaan sarana dan prasarana ini dilakuka oleh pemerintah Koperasi.
2. Diketahui pemberdayaan yang dilakukan untuk para pengusaha UMKM dengan melibatkan *stakeholder* untuk menentukan keberhasilannya. Diberikan pola alternative hubungan antara peran masing-masing *stakeholder* UMKM yang diharapkan mampu memberikan sumbangan yang signifikan bagi kemajuan UMKM yaitu UMKM, Kelompok/Koperasi, BDS dan Asosiasi Usaha.
3. Faktor penghambat dalam pengembangan UMKM yaitufaktor internal yaitu kurangnya permodalan dan terbatasnya akses biaya, kualitas sumber daya manusia (SDM) dan lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi past. Faktor Eksternalnya yaitu iklim usaha, terbatasnya sarana dan implikasi otonomi, Adapun faktor pendukung dalam pengembangan UMKM yaitu dengan memanfaatkan sarana teknologi,

---

<sup>10</sup> Imansari Nur Indah, “Strategi Pengembangan Umkm Kerajian Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisan, Sabit, Ponorogo” (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023).

kemudahan pinjaman modal usaha, menurunnya tarif PPH, pendamping UMKM, pelatihan UMKM dan lain sebagainya.<sup>11</sup>

Baiq Reinelda Tri Yunarni, Abdul Haris menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan ekonomi Khusus memberikan dampak yang positif terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Mandalika, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami peningkatan omzet penjualan dan pertumbuhan pelanggan karena meningkatnya jumlah wisatawan ke Mandalika setelah paska gempa. Untuk pemberdayaan masyarakat pemerintah sudah mulai melaksanakan pelatihan-pelatihan untuk membuka pikiran bagi para pelaku usaha. Dan strategi yang di gunakan juga sudah di arahkan dan dipersiapkan dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kawasan Ekonomin Khusus Mandalika untuk menghadapi ajang bergengsi Moto GP 2021 mendatang.<sup>12</sup>

Gap penelitian yang muncul dari hasil beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat dari strateginya. Dari beberapa peneltian di atas belum ada yang membahas bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan ekonomi Masyarakat melalui UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi peningkatan ekonomi masyarakat Panompuan Jae, dengan

---

<sup>11</sup> Hadjerah Siti, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Watang Soreang Kota Parepare," *Braz Dent J.* (Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2022).

<sup>12</sup> Baiq Reinelda Tri Yunarni And Abdul Haris, "Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Mandalika Lombok.," *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 4, No. 3 (2020): 333–42, <https://doi.org/10.58258/jisip.v4i3.1224>.

judul **“Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur”**

**B. Fokus Masalah**

Pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada strategi peningkatan ekonomi masyarakat di desa Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur melalui UMKM.

**C. Batasan Istilah**

Meminimalisir kesalah pahaman terhadap istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi adalah sebagai penentu merek, produk, atau perusahaan pasar berdasarkan kerangka konseptual konsumen atau pembuat kebijakan. Terutama ditentukan oleh faktor eksternal.
2. Ekonomi dalam pengertian bahasa Indonesia berarti segala hal yang bersangkutan dengan penghasilan, pembagaian dan pemakaian barang-barang kekayaan (keuangan).
3. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang.

**D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang di atas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana strategi UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Panompuan Jae?

2. Bagaimana hambatan yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa Panompuan Jae?
3. Bagaimana peran pemerintah desa dalam meningkatkan UMKM di desa Panompuan Jae?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian ini dengan beberapa tujuan. Adapun tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa Panompuan Jae.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa Panompuan Jae.
3. Untuk mengetahui peran pemerintah desa dalam mengembangkan UMKM di desa Panompuan Jae.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai sarana menambah ilmu dan wawasan tentang strategi peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam hal pengetahuan masyarakat terkait strategi peningkatan ekonomi masyarakat.
4. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam hal menambah referensi.

## **BAB II**

### **Tinjauan Pustaka**

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

##### **1. Konsep Ekonomi**

Kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang terjadi dalam kehidupan sehari-sehari merupakan penerapan dari ilmu ekonomi. Hal ini dikarenakan ilmu ekonomi merupakan suatu bidang ilmu yang telah ada seiring adanya kehidupan manusia. Pemikiran terkait persoalan ekonomi telah ada seiring berbagai aktivitas kehidupan manusia, hanya saja pemikiran-pemikiran saat itu belum sistematis dan komprehensif.<sup>13</sup>

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, dan *nomos* berarti tata, aturan. Secara sederhana ekonomi dalam pengertian bahasa adalah tata aturan rumah tangga. Ekonomi dalam pengertian bahasa Indonesia berarti segala hal yang bersangkutan dengan penghasilan, pembagaian dan pemakaian barang – barangkekayaan (keuangan).<sup>14</sup> Ilmu ekonomi adalah cabang ilmu sosial yang mempelajari pemanfaatan sumber daya yang terbatas dalam memenuhi kebutuhan manusia. Sebagaimana telah diketahui bahwa dalam kehidupan manusia, mereka sangat banyak membutuhkan barang dan jasa yang beranekaragam. Dalam pemanfaatan sumber daya berupa barang dan jasa

---

<sup>13</sup>Supriyati Et Al., *Pengantar Ekonomi*, Vol. 2 (Bone: Eureka Media Aksar, 2022). Hlm.1

<sup>14</sup>T.Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018). Hlm.5

atau pemuas tersebut maka perlu adanya ilmu memilih. Berikut beberapa pengertian ilmu ekonomi menurut para ahli:<sup>15</sup>

- a. Menurut Adam Smith, ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan.
- b. Menurut Lionel Robbins, ekonomi adalah ilmu tentang bagaimana manusia sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas.
- c. Menurut Paul Samuelson, ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memanfaatkan sumber daya terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas, dan bagaimana mereka membuat keputusan dalam konteks pasar.
- d. Menurut Sukirno, ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhannya mengadakan pemilihan di antara berbagai alternatif pemakaian atas alat-alat pemuas kebutuhan yang tersediannya relatif terbatas.
- e. Menurut Scait dan Arndt, ilmu ekonomi adalah suatu studi yang mengkaji orang perseorangan dan kelompok-kelompok masyarakat dalam menentukan pilihan.
- f. Menurut Sukirno, teori ekonomi adalah pandangan-pandangan yang menggambarkan sifat-sifat hubungan yang wujud dalam keadaan ekonomi

---

<sup>15</sup>Silviana Batubara, *Pengantar Ekonomi*, vol. 19 (BANDUNG: CV Widina Media Utama, 2023).Hlm.1

dan ramalan tentang peristiwa yang terjadi apabila suatu keadaan yang mempengaruhinya mengalami perubahan.<sup>16</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu berupa barang ataupun jasa dan memperhitungkan peristiwa-peristiwa yang mempengaruhinya mengalami perubahan.

Berdasarkan definisi ekonomi, mengandung beberapa makna seperti sumber daya yang terbatas, kebutuhan yang tidak terbatas dan produksi, konsumsi dan distribusi barang dan jasa.<sup>17</sup>

#### 1) Sumber daya yang terbatas

Sumber daya atau faktor produksi (*input*) merupakan segala sesuatu yang tersedia di alam dan atau di masyarakat dan dapat digunakan pada kegiatan produksi yaitu menambah kegunaan atau menghasilkan barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sumber daya mempunyai ciri-ciri yaitu terbatas jumlahnya, dapat berubah-ubah jumlahnya (*versatile*), dan dapat dikombinasikan pada berbagai macam proporsi untuk menghasilkan barang dan atau jasa. Ilmu ekonomi mempelajari tentang bagaimana cara menentukan pilihan agar dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk melaksanakan kegiatan ekonomi.

---

<sup>16</sup>Muhammad Rivki Et Al., *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2021). Hlm.2

<sup>17</sup>Rivki et al. Hlm.3

Keterbatasan sumber daya menunjukkan adanya kebutuhan untuk memilih. Pilihan secara tidaklangsung menunjukkan adanya biaya (*cost*). Penentuan pilihan untuk mengalokasikan sumber daya akan menimbulkan adanya biaya imbalan. Biaya imbalan (*opportunity cost*) ialah biaya yang dikeluarkan jika menggunakan sumber daya bagi tujuan lain. Biaya imbalan mengacu pada “pendapatan” yang hilang karena tidak dipakainya alternative terbaik kedua dalam menggunakan sumber daya yang langka tadi. Konsep biaya imbalan berguna dalam memutuskan pilihan manakah yang terbaik?.

## 2) Kebutuhan yang tidak terbatas

Sumber daya yang tersedia di masyarakat terbatas jumlahnya untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia yang terbatas. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas merupakan peluang bagi pelaku ekonomi untuk memproduksi barang atau jasa yang beragam. Oleh karena itu diperlukan kemampuan untuk memprediksi kebutuhan manusia di masa mendatang. Menurut Islam masalah-masalah ekonomi tidak disebabkan oleh kelangkaan sumber-sumber material atau alat pemuas kebutuhan maupun terbatasnya kekayaan alam. Memang benar bahwa sumber-sumber produksi terbatas, sementara kebutuhan manusia banyak dan beragam. Namun, bukan berarti bahwa masalah ekonomi yang dihadapi

oleh manusia muncul dari akibat kebutuhan manusia yang tidak terbatas.<sup>18</sup>

### 3) Produksi, konsumsi dan distribusi barang dan jasa

Manusia memiliki beberapa alternative pemanfaatan sumber daya untuk kegiatan ekonomi. Jika pelaku ekonomi telah menetapkan pilihan untuk memanfaatkan sumber daya serta memiliki pengetahuan tentang alokasi sumber daya maka kegiatan produksi dapat dilakukan. Produksi barang atau jasa ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat untuk saat ini dan masa datang. Hasil produksi barang atau jasa didistribusikan kepada masyarakat demi mendatangkan keuntungan bagi pelaku ekonomi.<sup>19</sup>

## 2. Pertumbuhan Ekonomi

Istilah pembangunan ekonomi atau sering disebut dengan perkembangan ekonomi dan perkembangan ekonomi sering digunakan secara bergantian dengan maksud yang sama. Dapat dikatakan ada pertumbuhan ekonomi apabila terdapat lebih banyak *output*, dan dikatakan terjadi perkembangan atau pembangunan ekonomi tidak hanya terdapat lebih banyak *output* (GNP), tetapi juga terjadi perubahan-perubahan dalam kelembagaan dan pengetahuan teknik dalam menghasilkan *output* yang lebih banyak. Todaro dan Smith menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi suatu Negara ditunjukkan oleh nilai pokok, yaitu kemampuan masyarakat untuk memenuhi

---

<sup>18</sup>Muhammad Yarham Nurul Arifin, "Pendapat Ekonom Muslim Baqir As Sadr Dan Ekonom Kapitalis Thomas Robert Malthus Mengenai Kelangkaan," *Jurnal Akutansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)* 3, no. 1 (2023): 42–55.

<sup>19</sup>Rivki et al., *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Hlm.3

kebutuhan pokok, meningkatkan rasa harga diri masyarakat sebagai manusia, dan meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih yang merupakan salah satu dari hak asasi manusia.<sup>20</sup> Delman mengidentifikasi terdapat 3 faktor utama yang mendorong terjadinya perubahan teori dan paradigma pembangunan ekonomi dari masa ke masa.<sup>21</sup>

- a. Perubahan ideologi. Setiap generasi pemikir ekonomi mempunyai basis ideologinya masing-masing sehingga memiliki rujukan teoritis dan rekomendasi kebijakan yang berlainan. Bila terjadi perubahan ideologi, kerangka dan rekomendasi kebijakan juga ikut berubah.
- b. Revolusi dan inovasi teknologi. Terjadi perubahan yang fundamental dari aktifitas ekonomi masa kini karena dampak dari revolusi dan inovasi teknologi. Lahirnya paradigma perekonomian berbasis pengetahuan adalah produk dari revolusi tersebut.
- c. Perubahan lingkungan internasional sebagai dampak globalisasi ekonomi. Hal ini tercermin pada semakin terintegrasinya kegiatan ekonomi antar bangsa, yang mengarah pada *borderless economy*. Indikasinya adalah: pertama, liberalisasi ekonomi dan intensifikasi perdagangan bebas antar negara, kedua, meluasnya operasi perusahaan multinasional, dan ketiga, pesatnya perkembangan bisnis keuangan internasional.

---

<sup>20</sup>“Pembangunan Ekonomi Islam Melalui Peran Sumber Daya Manusia,” 2020, 82. Hlm.1

<sup>21</sup>Purwowibowo, Kris Hendrijanto, and Pra Adi Soelistijono, *Buku Ajar Mata Kuliah Ekonomi Pembangunan, Aristo*, vol. 6 (Sidoarjo: Umsida Press, 2019). Hlm.25-26

### 3. Konsep Ekonomi Islam

Menurut Umer Chapra, Ekonomi Islam adalah cabang pengetahuan yang bertujuan mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang langka sesuai dengan ajaran Islam tanpa terlalu membatasi kebebasan individu, mewujudkan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkelanjutan. Pada intinya, Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara sesuai dengan prinsip syariat Islam. Pengertian syariat adalah ajaran tentang hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia dengan Allah SWT, hubungan manusia dengan manusia dan alam sekitar yang berdasar dari Alquran dan hadis.<sup>22</sup> Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. *Iqtishad* (ekonomi) didefinisikan sebagai pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, mendistribusikan dan mengonsumsinya. Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.<sup>23</sup>

Pelaksanaan ekonomi islam ataupun ekonomi syariah haruslah mengedepankan prinsip-prinsip ekonomi yang bertujuan mensejahterakan

---

<sup>22</sup>Dadang Muljawan and Dkk, *Buku Pengayaan Pembelajaran Ekonomi Syari'ah Untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X, Departemen Ekonomi Dankeuangan Syariah Bank Indonesia*, vol. 5 (Jakarta: Depertemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020). Hlm.3

<sup>23</sup>Nofrianto et al., *Pengantar Ekonomi Syariah, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia* (Jakarta: Depertemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2021). Hlm.52

ummat manusia. Adapun beberapa prinsip ekonomi syariah adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Mencegah kesenjangan sosial, tujuan dari ekonomi islam adalah mencapai kemaslahatan (kesejahteraan) bersama. Dalam kesejahteraan yang dimaksudkan adalah kesejahteraan bersama bukan hanya individu, dalam ekonomi islam diutamakan untuk memberikan bantuan kepada orang lain yang membutuhkan. Meskipun tetap memperoleh kompetisi, hal ini bukan berarti mengesampingkan kepedulian terhadap orang lain dan lingkungan.
- b. Tidak bergantung kepada Nasib atau keberuntungan, dalam hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 219

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ

وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

“Artinya: Mereka bertanya kepadamu (Nabi Muhammad) tentang khamar dan judi. Katakanlah, “Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia. (Akan tetapi,) dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya.” Mereka (juga) bertanya kepadamu (tentang) apa yang mereka infakkan. Katakanlah, “(Yang diinfakkan adalah) kelebihan (dariapa yang diperlukan).” Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu berpikir”

<sup>24</sup>Sri Wahyuni, *Pengantar Ekonomi Islam* (Samarinda: RV Pustaka Horizon, 2019). Hlm.4-

- c. Mencari dan mengelolah kekayaan alam, Allah memerintahkan manusia untuk bertebaran di muka bumi untuk mencari kekayaan dan mengelolah kekaya analam setelah mereka berserah diri kepada Allah Swt.
- d. Melarang praktek riba, berdasarkan ayat-ayat al-Qur'an para ulama sepakat bahwa riba merupakan sesuatu yang dilarang karena ayat-ayat yang menjelaskan tentang keharaman riba dinilai sangat jelas dan secara kronologis dapat dipahami esensi pelarangan tersebut. Berdasarkan tahapan pelarangannya, keharaman riba Nampak nyata dan jelas dalam QS. Ali Imran [3]:130 dan al-Baqarah [2]:275- 281. Akan tetapi, para ulama berbeda dalam memaknai lafadz *adh'āfanmudhā'afah* dalam QS. Ali Imran tersebut. Larangan riba dalam al-Qur'an tersebut telah didahului bentuk-bentuk larangan yang lainnya yang secara moral tidak dapat ditoleransi yang secara luas menimbulkan dampak kerugian yang besar dalam komunitasnya. Di sisi lain al-Qur'an sangat menganjurkan masyarakat Makkah untuk menolong fakir miskin dan anakyatim yang ada di sekelilingnya.<sup>25</sup>
- e. Membuat catatan transaksi yang jelas
- f. Mengutamakan kaedialan dan keseimbangan dalam berniaga. Menurut Walt Whitman Rostow dalam buku "*The Stages of Economic Growth*"

---

<sup>25</sup>Abdul Ghofur, "Konsep Riba Dalam Al-Qur'an," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7, No. 1 (2019): 1–26.

beranggapan bahwa pertumbuhan ekonomi terdapat 5 tahapan, di antaranya :<sup>26</sup>

- 1) Masyarakat Tradisional (*The Traditional Society*). Pada tahap ini, kegiatan produksi hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri menggunakan alat-alat sederhana dan tidak ada pembagian kerja.
- 2) Pra-Lepas Landas (*The PreCondition for Take Off*). Tahap ini berada pada tingkatan di mana masyarakat sudah mulai penerapan ilmu pengetahuan modern kedalam fungsi produksibaru.
- 3) Lepas Landas (*The Take Off*). Pada taha pini, diperlukan kekuatan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Dengan tingkat investasi yang efektif dan tingkat produksi dapat meningkat. Serta berbagai industry baru berkembang cepat.
- 4) Dorongan Menuju Kedewasaan (*The Drive to Maturity*). Pada tahap ini, investasi akan efektif dan tabungan meningkat dari 10 persen hingga 20 persen dari pendapatan nasional.
- 5) Konsumsi Tinggi. Dalam hal ini, berarti pendapatan riil per kapita selalu meningkat sehingga sebagian masyarakat mencapai tingkat konsumsi yang tinggi. Sehingga kesempatan kerja penuh dengan pendapatan nasional tinggi.

---

<sup>26</sup>Wulan and Dewi Retna, "Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi Dalam Islam," *Ekonomi Bisnis Islam* 1, no. 00 (2022): 1–14.

#### 4. Pertumbuhan Ekonomi Islam

Pembangunan ekonomi dilihat dari meningkatnya produktivitas ekonomi secara keseluruhan mulai dari para pekerja rata-rata dan juga meningkatnya perbandingan antara pendapatan dengan jumlah total penduduk. Hal ini merupakan proses yang dinamis dan struktural yang akan menghasilkan perbaikan tampilan ekonomi secara berkelanjutan, fakta dan potensial. Pada umumnya orang beranggapan bahwa pembangunan adalah kata benda netral yang maksudnya adalah suatu kata yang digunakan untuk menjelaskan proses dan usaha untuk meningkatkan kehidupan ekonomi, politik, budaya, infrastruktur masyarakat, dan sebagainya. Pelaksanaan pembangunan ekonomi pada realisasinya perlu membangkitkan peran masyarakat dengan tujuan peningkatan pendapatan penduduk, turunnya jumlah pengangguran, dan mengurangnyatingkatkemiskinan. Di sisi lain, konsep pembangunan ekonomi dalam Islam bersifat komprehensif dan sinergis, yaitu pembangunan yang meliputi pengembangan moral, spiritualitas dan material. Aspek moral, spiritualitas, material, sosial dan ekonomi tidak boleh lepas untuk mencapai perkembangan ekonomi yang menjadikan *masalah* dalam Islam.<sup>27</sup>

Terdapat beberapa pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang patut dicermati, diantaranya yaitu :<sup>28</sup>

- a. Pembangunan ekonomi adalah Ibadah.

---

<sup>27</sup>Soritua Ahmad Ramdani Harahap, Muhammad Ulul Azmi, and Syamsuri Syamsuri, "Pembangunan Ekonomi Islam Melalui Peran Sumber Daya Manusia," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2021):. Hlm.4

<sup>28</sup>Wulan and Dewi Retna, "Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi Dalam Islam." Hlm.9-

- b. Pembangunan ekonomi bertumpu pada pembangunan manusia
- c. Pembangunan ekonomi bersifat universal

## 5. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)

### a. Pengertian UMKM

Sektor ekonomi di Indonesia secara faktual sebagian besar didukung oleh sector usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Pada saat krisis ekonomi pun ternyata sektor ini mampu tetap bertahan, Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, umkm juga berperan mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997-1998, disaat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam pengembangan, umkm telah berkontribusi besar pada pendafatan daerah maupun pendafatan Negara Indonesia<sup>29</sup>. Artinya sektor UMKM mempunyai keunggulan dan sangat potensial untuk lebih dikembangkan lagi melalui suatu kebijakan yang tepat dan dukungan dari lembaga yang tepat pula.<sup>30</sup>

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguranyang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur.<sup>31</sup> Namun, jika

---

<sup>29</sup> M Ardiansyah, *Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm* (Jawa Barat: Cv Adanu Abitama, 2023). Hlm.2

<sup>30</sup>Faroman Syarief, *Buku Pengemb&Pemberdayaan Umkm\_Jan-Gjl2019*, Vol. 1 (Makassar: Yayasan Barcode, 2020).Hlm.12

<sup>31</sup>Syarief. Hlm.15

dilihat dari definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM memiliki pengertian yang jauh lebih luas. Bagi pelaku usaha, UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usahakecil<sup>32</sup>. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Menurut UU Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai:<sup>33</sup>

- 1) Usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.
- 2) Anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar tidak termasuk dalam kategori usaha kecil.
- 3) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100 juta per tahun.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM berubah menjadi :

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro.

---

<sup>32</sup>Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, And Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, vol.9, No. 1 (2022), Hlm.1.307.

<sup>33</sup>Encep Saefullah, Nani Rohaeni, And Tabroni, *Manajemen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*(Serang: Cv. Eureka Media Aksara, 2022).Hlm.15-16

- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang mendefinisikan UKM menurut dua kategori yaitu:

- 1) Menurut omset, usaha kecil adalah usaha yang memiliki asset tetap kurang dari Rp 200 juta dan omset per tahun kurang dari Rp 1 milyar
- 2) Menurut jumlah tenaga kerja, usaha kecil adalah usaha yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-9 orang

Beberapa penertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa UMKM adalah usaha yang didirikan oleh perseorangan yang bukan cabang dari perusahaan dimana omset per tahunnya kurang dari 1 milyar.

b. Kriteria UMKM

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:<sup>34</sup>

1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- (a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- (b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- (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;
- (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).

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- (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;

---

<sup>34</sup>Syarief, *Buku\_Pengembangan Dan Pemberdayaan Umkm\_Jan-Gjl2019*.Hlm.16

(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)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa “Berdasarkan jumlah tenaga kerja, usaha mikro adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari lima orang; usaha kecil adalah perusahaan dengan 5 sampai 19 karyawan; usaha menengah adalah perusahaan dengan 20 sampai 99 karyawan.”<sup>35</sup>

#### c. Ciri-Ciri UMKM

Selain kriteria, UMKM juga memiliki ciri. Adapun Ciri Spesifik UMKM sebagai organisasi ekonomi/bisnis antara lain:<sup>36</sup>

- 1) Struktur ekonomi organisasi sangat sederhana
- 2) Mempunyai karakteristik
- 3) Tanpa elaborasi
- 4) Tanpa staf yang berlebihan
- 5) Pembagian kerja yang berlebihan
- 6) Pembagian kerja yang lentur
- 7) Memiliki hierarki manajemen yang kecil
- 8) Sedikit aktivitas yang diformalkan
- 9) Sangat sedikit yang menggunakan proses perencanaan
- 10) Jarang memberikan pelatihan terhadap karyawan

---

<sup>35</sup>Muhammad Rivki et al., *Kewirausahaan Berbasis UMKM* (Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2023).hlm.10

<sup>36</sup>Syarief, *Buku\_Pengembangan Dan Pemberdayaan Umkm\_Jan-Gjl2019*. Hlm.21

- 11) Jumlah karyawan sedikit
- 12) Pengusaha sulit membedakan asset pribadi dan asset perusahaan
- 13) Sistem akuntansi kurang baik (biasanya bahkan tidak memiliki pembukuan)

Karakteristik UMKM adalah cirri khusus dari UMKM. Ciri khusus yang dimiliki UMKM ada yang positif dan ada juga yang negatif. Karakteristik positif meliputi:<sup>37</sup>

- 1) Tahan banting dalam menghadapi persoalan artinya mereka tidak menyerah walaupun mengalami persoalan yang berat.
- 2) Fleksibel mudah menyesuaikan artinya setiap ada perubahan dengan mudah mereka menyesuainya.
- 3) Mandiri tidak tergantung pada pemerintah maupun pihak lain.
- 4) Efisien atau hemat karena di usahakan sendiri.
- 5) Keuangannya lebih mandiri karena dapat mencukupi kebutuhan keuangan sendiri.

Adapun karakteristik negatifnya yaitu:

- 1) Informal, kesulitan untuk kerjasama dengan pihak lain
- 2) Skala ekonomi rendah sulit di kembangkan, sumberdaya yang dimiliki cukup terbatas.
- 3) Tidak ada standard, termasuk *Standard Operasional Prosedur* (SOP) mengakibatkan tidak adanya kepastian dalam berkegiatan.

---

<sup>37</sup>Sry Lestari, "Analisi Peranan Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan UMKM Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas", *Institut Agama Islam Negeri Padang Sidimpuan* 5, no. 3 (2020): 15–31.

- 4) Belum menerapkan prinsip-prinsip manajemen.
- 5) Tidak disiapkan untuk menjadi besar atau tumbuh sehingga sering terjadi pada waktu kecil sukses setelah menjadi besar mengalami masalah yang serius.

#### d. Peran UMKM

Keberadaan UMKM sangat memberikan peran yang sangat penting terkhususnya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapun peran UMKM antara lain:<sup>38</sup>

- 1) Membuka lapangan kerja
- 2) Menambah sumber pendapatan
- 3) Distribusi pendapatan
- 4) Pengurangan tingkat kemiskinan
- 5) Pembangunan ekonomi pedesaan

Ada beberapa peran UMKM dalam kesejahteraan perekonomian. Adapun peran UMKM dalam menunjang kesejahteraan perekonomian antara lain:<sup>39</sup>

- 1) Penciptaan lapangan kerja: UMKM merupakan sumber utama penciptaan lapangan kerja di banyak negara. UMKM bias anya lebih intensif dalam penggunaan tenaga kerja, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran dan mengurangi tekanan sosial ekonomi. Menurut data dari *International Finance Corporation (IFC)*,

---

<sup>38</sup>Alkalah, *Manajemen UMKM Dan Koperasi*.Hlm.47

<sup>39</sup>Satriaji Vinatra, "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat," *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023): 1–08.

UMKM menyumbang sekitar 70- 95% lapangan kerja di sebagian besar negara.

- 2) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal: UMKM berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan produksi dan pendapatan masyarakat. Keterlibatan UMKM dalam rantai pasokan juga memberikan *multiplier effect* yang mempengaruhi sektor-sektor terkait, seperti industri bahan baku, logistik, dan jasa.
- 3) Inovasi dan kreativitas: UMKM sering kali menjadi sumber inovasi dan kreativitas yang berkontribusi pada kemajuan ekonomi. Karena ukuran yang relatif kecil, UMKM dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan menciptakan solusi baru. Selain itu, banyak UMKM bergerak di sektor kreatif seperti seni, desain, dan teknologi, yang memainkan peran penting dalam mendorong inovasi.
- 4) Stimulasi Pertumbuhan Ekonomi Lokal: UMKM berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM seringkali terlibat dalam rantai pasok lokal dengan memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal. Melalui keterlibatannya dalam kegiatan produksi dan penjualan, UMKM memberikan kontribusi dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat sekitar. Pendapatan yang diperoleh oleh pemilik UMKM juga akan diinvestasikan kembali ke dalam perekonomian lokal, mendorong pertumbuhan usahalainnya dan menghasilkan *multiplier effect*.

- 5) Diversifikasi ekonomi: UMKM membantu dalam diversifikasi struktur ekonomis suatu negara dengan menciptakan beragam sektor usaha. Hal ini mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor ekonomi utama dan melindungi ekonomi dari resiko yang terkait dengan ketergantungan pada satu sector saja.
- 6) Kontribusi terhadap Pajak dan Pendapatan Negara: UMKM juga berkontribusi pada penerimaan pajak dan pendapatan negara. Dalam banyak negara, UMKM diwajibkan membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pendapatan yang diperoleh dari sektor UMKM dapat digunakan oleh pemerintah untuk membiayai berbagai sektor, seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan pelayanan publik lainnya.

Selain memiliki peran dalam kesejahteraan perekonomian bangsa, UMKM juga memiliki peran dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai berikut:<sup>40</sup>

- 1) Pengurangan kemiskinan dan kesenjangan sosial: UMKM memberikan kesempatan kepada individu dari lapisan ekonomi rendah untuk menciptakan penghidupan yang lebih baik. Dengan mempekerjakan penduduk lokal dan mempromosikan keterlibatan perempuan dan kelompok marginal, UMKM dapat mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial.

---

<sup>40</sup>Vinatra.

- 2) Pemberdayaan ekonomi: UMKM memberikan peluang kepada individu untuk menjadi wirausaha dan memulai usaha sendiri. Hal ini mendorong pemberdayaan ekonomi di kalangan masyarakat. Dengan memiliki usaha sendiri, individu dapat mengendalikan pendapatan mereka sendiri, meningkatkan kemandirian ekonomi, dan mengurangi ketergantungan pada pekerjaan formal.
- 3) Pertumbuhan ekonomilokal: UMKM sering kali beroperasi di tingkatlokalatau regional. Keberadaan UMKM yang sukses dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan permintaan akan bahan baku, produk dan jasa lokal. Hal ini berpotensi menciptakan efek multiplier, di mana pertumbuhan satu UMKM akan mendorong pertumbuhan UMKM lainnya serta mendukung sektor-sektor ekonomi terkait.
- 4) Peningkatan pendapatan dan konsumsi: Melalui usaha yang sukses, UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat. Kesejahteraan ekonomi individu dan keluarga meningkat ketika pendapatan dan konsumsi merekameningkat. Hal ini berdampak positif pada peningkatan standar hidup dan kualitas hidup masyarakat.

## e. Kekuatan Dan Kelemahan UMKM

### 1) Kekuatan

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah memiliki beberapa keunggulan komparatif terhadap usaha besar. Keunggulan tersebut antara lain : <sup>41</sup>

- (a) Dilihat dari sisi permodalan, pengembangan usaha kecil memerlukan modal usaha yang relative kecil disbanding usaha besar.
- (b) Disamping itu juga teknologi yang digunakan tidak perlu teknologi tinggi, sehingga pendiriannya relative mudah disbanding usaha besar.

### 2) Kendala

Selanjutnya, berbagai tantangan dan kendala dalam pengembangan usaha kecil menengah, dikemukakan oleh Thoha dalam bukunya “Indonesia Menapak Abad 21” antara lain:<sup>42</sup>

- (a) Belum adanya formulasi atau model/ pendekatan yang tepat tentang keberpihakan pemerintah pada ekonomi rakyat, terutama usaha kecil;
- (b) Program pemberdayaan tidak atau kurang dibarengi dengan tenaga pendamping yang professional;

---

<sup>41</sup>Syarief, *Buku\_Pengembangan Dan Pemberdayaan Umkm\_Jan-Gjl2019*. Hlm.18

<sup>42</sup>B Y P Simangunsong, “Peluang Dan Tantangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review,” *Jureka* 1, no. 1 (2022): 25–39.

- (c) Program- program pemberdayaan banyak berorientasi kepada proyek, bukan pada hasil atau kinerja;
- (d) Jumlah dan kualitas SDM Pembina kurang memadai dibandingkan dengan lingkup pekerjaan dan permasalahan ekonomi rakyat yang menjadi binaannya;
- (e) Program - program pemberdayaan lebih banyak bersifat politis, populis dan charitas, bukan model yang sungguh-sungguh dan solid berdasarkan hasil penelitian yang panjang dan teruji;
- (f) Dana, sarana dan prasarana pendukung operasional terutama bagi petugas lapangan seringkali sangat tidak memadai;
- (g) Kurang terkoordinasinya pelaksanaan program pemberdayaan daerah;
- (h) Masih lemahnya lembaga-lembaga ekonomi dan keuangan pendukung usaha kecil seperti modal ventura, incubator bisnis, leasing, dan institusi kemitraan usaha lainnya;

f. Strategi Peningkatan UMKM

Definisi strategi adalah cara yang terkoordinasi oleh organisasi untuk mencapai maksud dan tujuannya. Strategi meliputi serangkaian pilihan yang terintegrasi dan keputusan dimaksudkan untuk mendukung dan mewujudkan visi dan tujuan perusahaan. Marketing strategi adalah membangun dan menganalisa faktor-faktor untuk menentukan alternative pilihan dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan sari strategi, maka yang harus diperhatikan adalah pengaplikasian dari strategi

tersebut.<sup>43</sup> Strategi merupakan tindakan inkremental (perbaikan berkelanjutan) dan berkelanjutan, dan diterapkan berdasarkan pandangan tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan strategis secara umum selalu dimulai dari apa yang bisa terjadi, bukan dari apa yang sebenarnya terjadi. Sedangkan pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan berbeda yang berupaya mencapai tujuan organisasi melalui tindakan yang mengantisipasi kebutuhan pelanggan dan sekaligus mengatur aliran barang dan juga memenuhi kebutuhan produsen atau pelanggan.<sup>44</sup> Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan UMKM diantaranya:

1) Produk, Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk ke dalamnya adalah barang berwujud, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan gagasan. Terdapat lima tingkatan produk yaitu manfaat inti, produk dasar, produk yang diharapkan, augmented produk dan produk potensial. Penjelasan tentang kelima tingkatan produk adalah:

(a) Manfaat Inti (*core benefit*) yaitu layanan manfaat mendasar yang benar-benar dibeli pelanggan dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.

---

<sup>43</sup>Arifin Sitio And Saur Costanius Simamora, *Strategi Pemasaran UMKM* (Pandeglang: STKIP Mutiara, 2019). Hlm.1

<sup>44</sup> Asiva Noor Rachmayani, *Manajemen Pemasaran Digital*.

- (b) Produk dasar (*basic product*) yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
  - (c) Produk yang diharapkan (*expected product*) yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
  - (d) Produk yang ditingkatkan (*augmented product*) yaitu perusahaan menyiapkan produk yang melampaui harapan pelanggan. Peningkatan produk diharapkan untuk membedakan antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
  - (e) Produk potensial (*potensial product*) yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.<sup>45</sup>
- 2) Harga, Setelah produk diluncurkan, sulit untuk mengubah harga selama periode peluncuran produk baru. Harga melibatkan keputusan-keputusan penting bagi perusahaan. Salah satu pilihan adalah untuk harga yang produk kompetitif yaitu, untuk mencocokkan harga pesaing. Seorang pemasar yang memilih strategi harga yang kompetitif mencoba menggunakan persaingan non harga. Demikian pemasar berusaha untuk bersaing atas dasar periklanan, superioritas distribusi, dan faktor non-harga. Harga dapat didasarkan pada salah satu dari dua strategi: kebijakan harga skimming atau strategi harga penetrasi.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Arifin Sitio And Simamora, *Strategi Pemasaran UMKM*.

<sup>46</sup> Arifin Sitio And Simamora.

3) Promosi, salah satu cara dalam meningkatkan kuantitas penjualan adalah dengan melakukan promosi, semakin baik iklan yang dilakukan terhadap suatu barang maka akan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap barang tersebut. Diera globalisasi ini, masyarakat lebih banyak menggunakan teknologi dalam hal mempermudah urusan masing-masing. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang dalam mempromosikan produk dengan menggunakan media sosial. Ada banyak media sosial yang dapat dijadikan sebagai media promosi seperti facebook, instagram, tiktok bahkan dapat juga dengan *E-commerce* dan *platform*.<sup>47</sup> Saat ini pelaku UMKM dapat melakukan *brand endorsement* melalui media sosial dengan menunjuk salah satu selebriti (*celebrity endorsement*) untuk mempresentasikan dan menggunakan produk mereka pada akun media sosialnya. Selebriti umumnya memiliki banyak pengikut (*follower*) pada media sosialnya dan juga cenderung mengikuti gaya hidupnya. Dengan demikian, jika pelaku UMKM menggunakan *celebrity endorsement* sebagai strategi komunikasi dalam mengembangkan *brand awareness* diharapkan mampu mempengaruhi sikap emosional konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan produk.<sup>48</sup> *brand ambassador* berperan krusial dalam memfasilitasi komunikasi antara perusahaan dan publik,

---

<sup>47</sup> Asiva Noor Rachmayani, *Manajemen Pemasaran Digital*.

<sup>48</sup> Sony Hendra Permana, "Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 8, no. 1 (2019): 93–103.

sekaligus diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja penjualan dan mendorong pertumbuhan bisnis.<sup>49</sup>

Selain dari ke tiga cara yang di atas, banyak para ahli yang menawarkan strategi dalam meningkatkan UMKM. Adapaun strategi dalam peningkatan UMKM menurut para ahli diantaranya:<sup>50</sup>

- a) Mohamad Azhar & Mohd Shakil menyebutkan bahwa dengan memastikan infrastruktur digital yang berkualitas, melibatkan UMKM dalam diskusi mengenai program pemerintah dan intensif yang tersedia, serta memperluas insetif digitalisasi untuk seluruh UMKM yang berminat.
- b) menyebutkan strategi yang diterapkan yaitu pendidikan literasi digital bagi UMKM, pelatihan dan pendampingan *E-commerce*, optimalisasi peran UPL-UMKM, dan perluasan jaringan internet.
- c) Kumar et al. menjelaskan bahwa strategi yang dapat digunakan yaitu mendukung manajemen puncak, mengadopsi teknologi digital yang mendukung, meningkatkan kepuasan pelanggan dan penyelesaian keluhan.

---

<sup>49</sup>Septy Alya Verni, "Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta)," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, No. 1 (2024): 87–99.

<sup>50</sup>Alferina Agustin Et Al., "Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi," *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16, No.1, (2023): 33.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aulia Putri Rahmadani, Dwi Agustina, dkk (2023)	Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing (Jurnal) <sup>51</sup>	Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu kegiatan ini diikuti oleh 25 UMKM, sosialisasi dan kegiatan pelatihan sosial media dan digital marketing menjadi acara inti dalam kegiatan ini. Berdasarkan kegiatan ini ditemukan bahwa guna meningkatkan kesejahteraan UMKM maka yang harus dilakukan adalah pemanfaatan teknologi secara maksimal, meningkatkan perekonomian masyarakat, dan meningkatkan sumberdaya manusia.
2.	Tjahjani Murdijaningsih, Mi nadi Wijay (2023)	Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Umkm Di Era Ekonomi Digital (Jurnal) <sup>52</sup>	Hasil pengabdian masyarakat adalah tambahnya pengetahuan pelaku UMKM di Desa Pagenteran tentang ekonomi digital di dalam pengelolaan UMKM, baik pemasaran, keuangan maupun inovasi produk.
3.	Nur Indah Imansari (2023)	Strategi Pengembangan Umkm Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat	Strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman para pelaku UMKM sudah melakukan strategi pengembangan cukup baik. Strategi produk yang digunakan sudah berkualitas untuk segi

<sup>51</sup> Rahmadani Et Al., "Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing."

<sup>52</sup> Murdijaningsih, Wijaya, And ..., "Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Umkm Di Era Ekonomi Digital."

	<p>Ngadisanan, Sambit, Ponorogo (Skripsi)<sup>53</sup></p>	<p>bahannya. Strategi penjualan dengan media sosial online dan offline. Strategi pasar yang dilakukan sudah menyeluruh di kalangan masyarakat Indonesia. Strategi distribusi menggunakan jasa pengiriman JNE, J&amp;T dan COD. Modal yang cukup, tenaga kerja yang terampil dan terdidik, pendidikan yang cukup, pengalaman yang cukup, usia yang produktif semua itu sudah mampu dijadikan faktor pendukung oleh para pelaku UMKM tas anyaman dan untuk faktor penghambat yang mempengaruhi UMKM kerajinan tas anyaman di Desa Ngadisanan salah satunya adalah persaingan harga antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota sehingga menyebabkan turunya pendapatan. Dampak strategi pengembangan UMKM kerajinan tas anyaman tersebut memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Ngadisanan. Pendapatan yang dihasilkan juga mampu untuk menyekolahkan anaknya dan juga mampu untuk memenuhi kebutuhan serta menambah penghasilan dalam keluarganya. Dampak negatif ini memberikan dampak berupa turunya</p>
--	--	---

---

<sup>53</sup> Imansari Nur Indah, “Strategi Pengembangan Umkm Kerajian Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisan, Sabit, Ponorogo.”

			pendapatan atau upah kerja mereka, hal ini disebabkan karena adanya persaingan antar pelaku UMKM kerajinan tas anyaman dari luar kota.
4.	Siti hadjerah (2022)	Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di kelurahan watang soreang kota parepare(Skripsi) <sup>54</sup>	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada BAB IV, maka penulis dapat membuat kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu sebagai berikut: 1. Diketahui Pengembangan UMKM yang di Kelurahan Watang Soreang kota yaitu dengan Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan. Pengadaan pembinaan dan pelatihan dan penyediaan sarana dan prasarana ini dilakukan oleh pemerintah Koperasi. 2. Diketahui pemberdayaan yang dilakukan untuk para pengusaha UMKM dengan melibatkan <i>stakeholder</i> untuk menentukan keberhasilannya. Diberikan pola alternatif hubungan antara peran masing-masing <i>stakeholder</i> UMKM yang diharapkan mampu memberikan sumbangan yang signifikan bagi kemajuan UMKM yaitu UMKM, Kelompok/Koperasi, BDS dan Asosiasi Usaha 3. Faktor penghambat dalam pengembangan UMKM

<sup>54</sup> Siti, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Watang Soreang Kota Parepare."

			<p>yaitu faktor internal yaitu kurangnya permodalan dan terbatasnya akses biaya, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi past. Faktor Ekternalnya yaitu iklim usaha, terbatasnya sarana dan implikasi otonomi, Adapun faktor pendukung dalam pengembangan UMKM yaitu dengan menfatkan sarana teknologi, kemudahan pinjaman modal usaha, menurunnya tarif PPH, pendamping UMKM, pelatihan UMKM dan lain sebagainya.</p>
5.	Baiq Reinelda Tri Yunarni, Abdul Haris,(2020)	Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok. (jurnal) <sup>55</sup>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kawasan Ekonomi Khusus memberikan dampak yang positif terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Mandalika, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami peningkatan omzet penjualan dan pertumbuhan pelanggan karena meningkatnya jumlah wisatawan ke Mandalika setelah paska gempa. Untuk pemberdayaan masyarakat pemerintah sudah mulai melaksanakan pelatihan-pelatihan untuk membuka pikiran bagi para pelakuusaha. Dan strategi yang di gunakan juga sudah</p>

<sup>55</sup> Yunarni And Haris, "Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok."

			di arahkan dan di disiapkan dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kawasan Ekonomin Khusus Mandalika untuk menghadapi ajang bergengsi Moto GP 2021 mendatang
--	--	--	--

Setiap penelitian memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang lainnya. Adapun perbedaan dan persamaan penelitian inidengan penelitian yang lainnya antara lain:

- a. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saudariAulia Putri Rahmadani, Dwi Agustina, dkk yaitu sama-sama memakai jenis penelitian kualitatif dan berfokus terhadap UMKM. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Base Community Development*) sedangkan penelitian ini menggunakan NVivo dalam menganalisis data.
- b. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saudari-saudari Tjahjani Murdijaningsih, Minadi Wijay adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan NVivo untuk menganalisis data sedangkan penelitian saudari-saudari Tjahjani Murdijaningsih, Minadi Wijay menggunakan metode pengabdian.
- c. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saudari Nur Indah Imansari adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan sama-sama fokus ke strateginya, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini

menggunakan NVivo untuk menganalisis data sedangkan penelitian saudara Nur Indah Imansari menggunakan teknis analisis data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

- d. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saudara Siti Hadjerah adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya adalah peneliti menggunakan NVivo untuk menganalisis data, untuk penelitian saudara Siti Hadjerah menggunakan teknik analisis data reduksi, penyajian data dan kesimpulan dan verifikasi.
- e. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian saudara Baiq Reinelda Tri Yunarni, Abdul Haris adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Untuk perbedaannya adalah peneliti menggunakan NVivo sebagai alat menganalisis data, sedangkan penelitian saudara Baiq Reinelda Tri Yunarni, Abdul Haris menggunakan analisis deskriptif dan peneliti menggunakan aplikasi NVIVO dalam menganalisis data.

## **BAB III**

### **Metodologi Penelitian**

#### **A. Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur Kabupaten Tapanuli Selatan. Dan untuk waktu penelitian ini dimulai dari bulan September sampai selesai.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam menyusun proposal ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrument kunci. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>56</sup>

#### **C. Subjek Penelitian**

Proses penyusunan penelitian ini membutuhkan data dan informasi, maka dibutuhkanlah subjek. Subjek penelitian merupakan individu-individu yang dipilih oleh peneliti sebagai sumber informasi. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pemerintah Panompuan Jae dan pelaku UMKM.

---

<sup>56</sup>Abdul Fatah Nasution, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Cv Harfa Kreative, 2023).

## D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah keterangan atas data penelitian yang benar dan nyata, sehingga dapat dijadikan dasar kajian atau dari mana data diperoleh. Data adalah hasil pencatatan fakta yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Berdasarkan pengertian di atas, subjek penelitian adalah sumber utama penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti dan dipermasalahkan. Sumber data dibagi menjadi dua:

### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion* FGD) dan penyebaran kuesioner.<sup>57</sup>

### 2. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Asiva Noor Rachmayani, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2019). Hlm. 68

<sup>58</sup> Asiva Noor Rachmayani.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Ada tiga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

### **1. Wawancara**

Wawancara artinya percakapan yang merupakan pertukaran dua orang untuk bertukar ide maupun informasi melalui Tanya jawab, sehingga dapat disusun makna dalam suatu topic tertentu.<sup>59</sup> Wawancara dapat melengkapi data yang dihasilkan dalam observasi. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sarna, dan pengumpul data mencatatnya.<sup>60</sup>

### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah sumber data yang diambil dari berupa buku, jurnal, dan lain sebagainya yang bersangkutan dengan penelitian.

## **F. Teknik Pengesahan Keabsahan Data**

Validitas dan reliabilitas data hasil penelitian kualitatif diukur dari alat ukur (instrument) yang akan dipakai, artinya yang diuji adalah alat ukur. Alat ukur tersebut terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kualitatif yang diuji bukan alat ukur tetapi informasi, sehingga ada pendapat

---

<sup>59</sup>Feni Rita Fiantika. Hlm.53

<sup>60</sup>Abdul Fatah Nasution, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Harfa Kreative, 2023). Hlm.99

yang mengatakan bahwa penelitian kuantitatif lebih menekankan pada aspek reliabilitas sedangkan kualitatif pada aspek validitasnya.<sup>61</sup> Penjamin keabsahan data dapat diperoleh dengan triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang bermanfaat. Suatu data yang diperoleh dalam pengecekan atau perbandingan. Adapun triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Triangulasi waktu yang menguji kepercayaan dengan cara memeriksa sumber yang sama dan waktu yang berbeda, ini digunakan untuk membantu validasi data yang berkaitan dengan perubahan tingkah laku.
2. Triangulasi metode yaitu mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan peneliti. Maksudnya, keabsahan data dilakukan beberapa teknik seperti observasi dan wawancara.

### **G. Analisis Pengolahan Data**

Analisis pengolahan data adalah salah satu tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Dalam proses menganalisis pengolahan data ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh peneliti, diantaranya dengan menggunakan Nvivo. Aplikasi NVivo membantu peneliti untuk mempercepat dan mempermudah proses organisasi data sehingga data dapat diklasifikasikan dengan rapih. NVivo menyediakan fasilitas untuk mengelola data, mengatur dan melacak banyak catatan atau file data mentah dari wawancara, kuesioner, kelompok fokus atau observasi lapangan, juga penelitian yang dipublikasikan, gambar, diagram, audio, video, halaman web, sumber dokumenter lainnya,

---

<sup>61</sup> Fiantika, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif.*

catatan kasar dan ide-ide yang ditulisdalam memo, informasi tentang sumber data, dan petakon septual dari apa yang terjadi dalam data. NVivo dapat memisahkan data yang bersumber dari informan dan yang bersumber dari peneliti serta *secondary sources* (buku, laporan hasil penelitian, dokumen-dokumen sejarah, artikel-artike ljournal, isi website, berita online, *prosidingkonferensi*, memo, catatan lapangan, anota sibibliografi, dan bahkan jurnal harian peneliti yang tersimpan dalam NVivo). Apalagi NVivo member ruang seluas-luasnya bagi tim peneliti untuk bekerja dalam NVivo.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>Priyanti Tri Endah Et Al., *Nvivo / I, Pemanfaatan Nvivo Dalam Penelitian Kualitatif* (Malang: Lp2m Universitas Negeri Malang, 2020). Hlm.8

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Kecamatan Angkola Timur adalah salah satu dari 14 kecamatan di Kabupaten Tapanuli Selatan. Secara administratif Kecamatan Angkola Timur berbatasan langsung dengan Kecamatan sipirok di sebelah Utara, berbatasan dengan Kota padangsidempuan di sebelah Selatan, Sebelah barat berbatasan dengan keamatan marancar .Letak astronomi kecamatan Angkola Timur terletak diantara 0°28'48" lintang utara dan 99°04'00" bujur timur. Luas wilayahnya Kecamatan Angkola timur adalah 23,516.38 hektare. Adapun Kecamatan Angkola Timur memiliki 13 desa dan 2 kelurahan. Salah satu desa tersebut yaitu desa Angkola Timur. Desa panompuan jae memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.492 jiwa dengan jumlah kartu keluarga sebanyak 720 kartu keluarga.<sup>63</sup>

#### **2. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa**

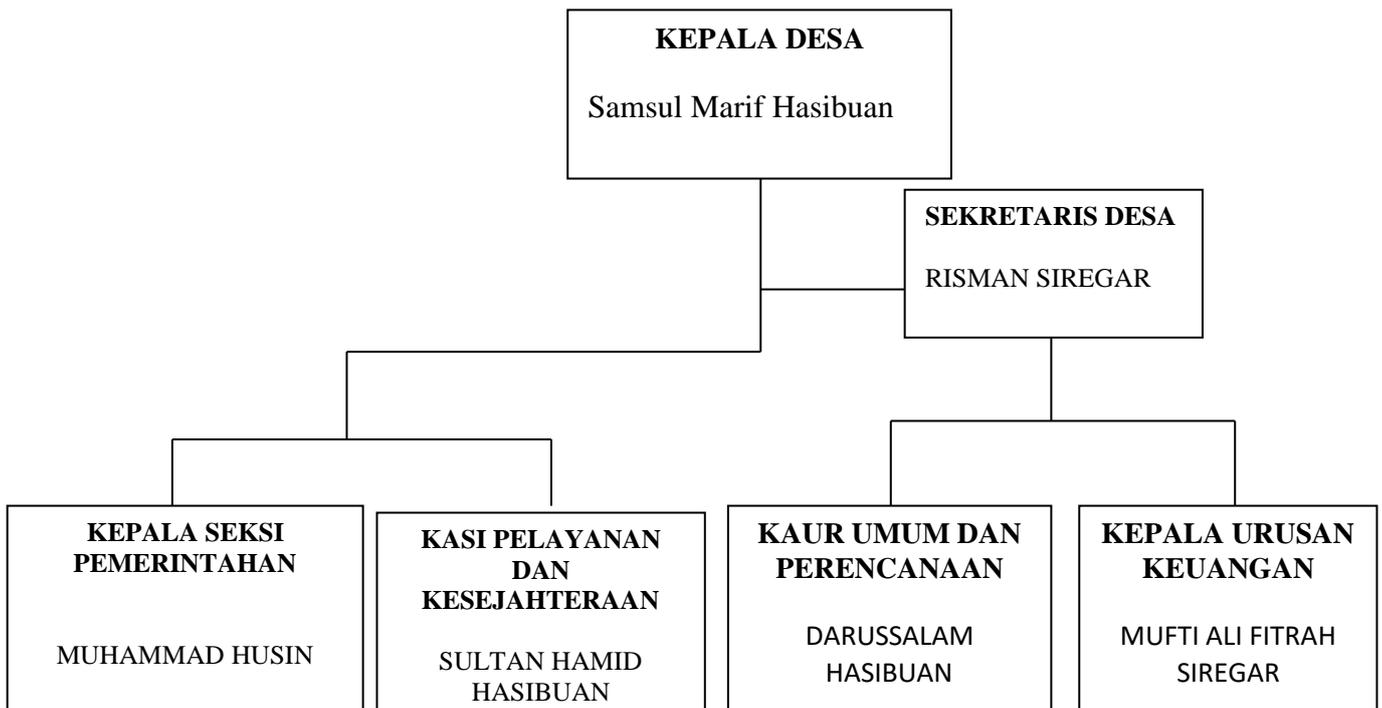
Stuktur organisasi berfungsi untuk memberikan informasi kepada seluruh anggota kepengurusan dalam mengetahui kegiatan dan pekerjaan yang harus dikerjakan, sehingga proses kerjasama mencapai tujuan organisasi dapat terwujud sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

---

<sup>63</sup> Risman Siregar, Sekretaris Desa Panompuan Jae, *Wawancara*, (18 November 2024), Pukul 12:00 Wib

Adapun struktur organisasi Desa Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur Kabupaten Tapanuli Selatan sebagai berikut:<sup>64</sup>

**GAMBAR IV.1 STRUKTUR ORGANISASI**



### 3. Visi misi

Visi dan misi desa Panompuan Jae merupakan suatu acuan setiap desa atau suatu organisasi dalam membuat strategi dalam mengambil tindakan. Adanya visi dan misi yaitu untuk menggambarkan harapan dan keinginan dimasa yang akan datang. Adapun visi dan misi Desa Panompuan Jae yaitu:

#### a. Visi

“Terwujudnya Masyarakat Desa Panompuan Jae yang Berakhlak Mulia, Mandiri, Sehat, Cerdas dan Sejahtera.”

<sup>64</sup> Buku Induk Desa Panompuan Jae, Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil

b. Misi

- 1) Menciptakan kehidupan yang rukun antar umat beragama, serta penempatan agama sebagai pondasi, motivasi dan inspirasi.
- 2) Mewujudkan kehidupan yang sejajar dan sederajat dengan masyarakat desa lain yang lebih maju dengan mengandalkan pada kemampuan dan kekuatan sendiri yang berbasis pada keunggulan lokal yaitu bidang pertanian secara luas.
- 3) Meningkatkan profesionalisme dan komunikasi perangkat desa sebagai pelayan masyarakat.
- 4) Meningkatkan pelayanan kesehatan melalui sadar akan kebersihan, serta peningkatan pendidikan dengan menuntaskan wajib belajar, serta pemberdayaan masyarakat dari seluruh kekuatan ekonomi, social budaya, pertahanan dan keamanan.
- 5) Meningkatkan pembangunan dan potensi pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat<sup>65</sup>

## **B. Hasil Penelitian Wawancara**

### **1. Strategi Pelaku Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan**

Dalam upaya peningkatan Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah maka diperlukan strategi yang efektif. Menurut para ahli ada beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam upaya peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) antara lain: penguatan kapasitas manajerial dan kewirausahaan, peningkatan akses terhadap pembiayaan, pemanfaatan

---

<sup>65</sup> Buku induk Kependudukan Desa Panompuan Jae, dinas kependudukan dan pencatatan sipil

teknologi dan digitalisasi, pengembangan dan diversifikasi produk, kolaborasi dan jaringan, pemberdayaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM), peningkatan daya saing melalui standarisasi dan sertifikasi, peningkatan infrastruktur, dan kebijakan pemerintah yang mendukung. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan didapatkan bahwa strategi yang diterapkan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Panompuan Jae yaitu menurut saudari Miftahul Rahma selaku pengelola Kafe Pondok Terapung bahwa

“strategi yang diterapkan adalah menjaga kualitas produk dan memanfaatkan teknologi sebagai alat dalam melakukan promosi. Menjaga kualitas produk merupakan strategi yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Dengan menjaga kualitas produk dapat memuaskan para pelanggan yang nanti akan menimbulkan loyalitas para konsumen. Selain menjaga kualitas produk, melakukan promosi secara online juga merupakan strategi yang efektif dan efisien dalam memperkenalkan produk. Promosi secara online selain lebih efektif dan efisien, juga bisa melakukan promosi lebih luas dari pada melakukan promosi dengan menggunakan selebaran.”<sup>66</sup>

Strategi yang diterapkan oleh saudara Hakim Siregar selaku pengelola Velag Regar yaitu

“promosi secara online. Dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang dapat mempermudah kami dalam memperkenalkan produk yang kami tawarkan, tanpa harus membagikan selebaran ataupun membuat pamflet dimanapun-mana. Dan dengan promosi di media sosial juga dapat menarik konsumen yang tidak kami dapatkan dengan membagikan selebaran dan sekarang konsumen yang sering kali membeli produk kami kebanyakan adalah konsumen yang diluar dari kecamatan

---

<sup>66</sup> Miftahul Rahma, Pemilik Kafe Pondok Terapung, *Wawancara*, (18 November 2024), Pukul 11:00 Wib

Angkola Timur seperti dari Rantau parapat, kota Padang Sidempuan dan lain-lain”.<sup>67</sup>

Ibu Mermi Ana selaku pemilik usaha kripik sambal menyatakan bahwa strategi yang diterapkannya untuk keberlangsungan usahanya adalah

“mencari pemasok singkong yang murah tapi berkualitas. Dengan mendapatkan bahan yang murah tapi berkualitas ini bu Mermi dapat mengolah singkong menjadi kripik sambal yang memiliki harga yang cukup terjangkau tapi berkualitas. Yang mana dengan ini dapat menarik konsumen, karna apabila harga yang ditawarkan lebih murah dariga saingan maka para konsumen akan lebih memilih harga ini”.<sup>68</sup>

Ibu Nur Anita selaku pemilik Kafe Tobat mrnyatakan bahwa strategi yang mereka terapka dalam peningkatan usahanya yaitu

“terus memperbaiki fasilitas dan menjaga kualitas dan rasa produk. Fasilitas yang memadai dapat memberikan kesan yang fositif terhadap kenyamanan konsumen. Sering kali para konsumen yang hadir di kafe kami ini adalah orang-orang yang ingin melakukan rapat dari berbagai lembaga, yang memerlukan lokasi yang aman, nyaman dan tenang. Dengan fasilitas dan kenyamanan yang kami tawarkan dapat membuat para konsumen untuk memilih kafe kami sebagai lokasi yang cocok, walaupun masih ada beberapa fasilitas yang belum terpenuhi. Dan apabila nanti modal yang kami miliki sudah terpenuhi, kami akan menambah beberapa fasilitas yang cocok untuk berbagai kalangan sonsumen. Selain fasilitas yang ditawarkan kualitas produk kami juga menjadi pertimbangan para konsumen untuk berkunjung ke kafe kami ini.kualitas dan rasa yang kami tawarkan adalah kualitas yang terbaik yang dapat kami berikan”.<sup>69</sup>

Bapak Ismail Hasibuan selaku pemilik Rumah Makan menyatakan bahwa strategi yang diterapkan untuk keberlanjutan usahanya adalah

“menjaga kualitas produk dan bekerja sama dengan pihak pabrik PT. Kirana Saptu. Dengan kualitas dan rasa yang mereka berikan dapat mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen yang baru, karna

---

<sup>67</sup> Hakim Siregar, Pengelolah Velag Regar, *Wawancara*, (18 November 2024), Pukul: 12:30 Wib

<sup>68</sup> Mermi Ana, Pemilik Rumah Produksi Kripik Sambal, *Wawancara* (19 November 2024), Pukul: 13:42 Wib

<sup>69</sup> Nur Anita, Pemilik Kafe Tobat, *Wawancara*, (19 November 2024), Pukul: 15:11 Wib

mereka kualitas yang mereka berikan adalah kualitas yang baik. Selain kualitas yang baik, kami juga bekerja sama dengan PT. Kirana Sapta, dimana apabila mereka melakukan agenda dipabrik maka yang menjadi penyedia konsumsi adalah produk yang kami tawarkan. Selain kerja sama itu juga, karyawan yang bekerja dipabrik itu sering berkunjung untuk makan ataupun minum disini dengan itu dapat mempertahankan kebrlanjutan usaha saya ini”.<sup>70</sup>

## 2. Faktor-Faktor Penghambat Peningkatan UMKM

Menurut sayid abas ada beberapa faktor penyebab kegagalan dalam menjalankan usaha, yaitu pengetahuan pasar yang tidak memadai, kinerja produk yang salah, pemasaran dan penjualan produk yang tidak efektif, tidak disadari adanya tekanan pesaing, keusangan produk yang terlalu cepat, dan waktu usaha yang tidak tepat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada para pelaku UMKM yang ada di desa Panompuan Jae, dapat diketahui hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Menurut saudari Miftahul Rahma faktor-faktor penghambat yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu

“kurangnya modal, manajemen yang kurang efektif dan sering terjadinya pergantian karyawan. Dengan minim nya modal dapat menghambat kami melakukan beberapa pengembangan yang mana dapat begitu menjanjikan untuk menarik para konsumen, seperti pengembang pada lokasi fasilitas dan kualitas produk. Selain modal , faktor yang menghambat usaha kami, manajemen yang kurang tepat ini juga salah satu faktornya. Dengan kemampuan manajemen kami yang kurang afaktif membuat kami tidak berkembang seperti manajemen keuangan yang membuat perputaran modal kami sering mengalami masalah. Dan seringnya pergantian karyawan menjadi penghambat dalam perkembangan usaha kami. Dengan seringnya karyawan yang bergonta-ganti membuat hubungan kami dengan para pelanggan kurang baik, yang dulunya konsumen puas dengan pelayanan karyawan A, sekarang dengan karyawan B menjadi tidak terlalu baik.”<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Ismail Hasibuan, Pemilik Rumah Makan, Wawancara, (19 November 2024), Pukul 11:00 Wib

<sup>71</sup> Miftahul Rahma, Pemilik Kafe Pondok Terapung, *Wawancara*

Saudara Hakim Siregar menyatakan bahwa faktor penghambat dalam pertumbuhan UMKM yang dihadapi yaitu

“pemasaran yang kurang efektif. Kurangnya efektivitas dalam pemasaran dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Pemasaran yang tidak efektif dapat menghambat kemampuan UMKM untuk menjangkau pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama”.<sup>72</sup>

Faktor penghambat yang dialami oleh ibu Nur Anita dalam mengembangkan usahanya yaitu

“keterbatasan modal dan minimnya pengetahuan akan teknologi. Dikarenakan keterbatasan dana menyebabkan usaha saya memanfaatkan peluang ataupun potensi pasar, seperti penambahan fasilitas, dan lain-lain. Fasilitas yang seharusnya berpotensi dalam menarik konsumen harus terbengkalai dikarenakan minimnya modal, sehingga mengurangi efektivitas dalam memikat pelanggan lama. Dan keterbatasan pengetahuan akan teknologi menjadi salah satu hambatan yang saat ini belum dipecahkan yang menyebabkan promosinya dapat terhambat”.<sup>73</sup>

Ibu Mermi Ana menyatakan bahwa faktor penghambat peningkatan usahanya adalah -minimnya modal. Karena modal yang saya miliki sekarang masih kurang, menyebabkan pengembangan usaha saya sering kurang berkembang. Inovasi yang sering ingin diaplikasikan harus terhambat karena kurangnya modal seperti varian rasa, stok bahan baku dan lain-lain.<sup>74</sup>

Faktor penghambat yang dihadapi oleh bapak Ismail Hasibuan dalam mengembangkan usahanya adalah

“minimnya modal dan pengetahuan akan teknologi. Kurangnya pengetahuan teknologi dapat memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Di era digital ini, teknologi menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung efisiensi operasional, inovasi produk, serta perluasan pasar.

---

<sup>72</sup> Hakim Siregar, Pengelolah Velag Regar, *Wawancara*

<sup>73</sup> Nur Anita, Pemilik Kafe Tobat, *Wawancara*

<sup>74</sup> Mermi Ana, Pemilik Rumah Produksi Kripik Sambal, *Wawancara*

Tanpa pengetahuan teknologi yang memadai, UMKM akan menghadapi berbagai hambatan yang dapat menghalangi pertumbuhannya”.<sup>75</sup>

### 3. Peran Pemerintah Dalam Pertumbuhan UMKM

Kebijakan pemerintah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan umkm. Kebijakan pemerintah dapat berdampak positif dalam perkembangan UMKM seperti insentif pajak, perbaikan infrastruktur menjaga keamanan, dan mempermudah proses perizinan. Saudari Miftahul Rahma menyatakan bahwa

-kebijakan yang diputuskan pemerintah belum berdampak positif terhadap perkembangan usahanya.<sup>76</sup>

Saudara Hakim Siregar menyatakan bahwa kebijakan pemerintah yang dirasakan oleh pelaku UMKM adalah

“ insentif pajak dan keamanan. Insentif pajak yang diberikan pemerintah terhadap UMKM dapat memberikan dampak yang sangat signifikan, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Beberapa dampak insentif pajak dari pemerintah terhadap UMKM adalah meningkatkan likuiditas, peningkatan daya saing, fasilitas untuk pengembangan usaha,, mendorong kepatuhan pajak, peningkatan akses pembiayaan. Kebijakan pemerintah dalam menjaga keamanan baik dari segi fisik, hukum maupun sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap UMKM. Adapun dampak positif dari kebijakan ini adalah stabilitas ekonomi, perlindungan hukum, pengurangan resiko kerugian, dan daya tarik investasi”.<sup>77</sup>

Ibu Mermi Ana menyatakan bahwa kebijakan pemerintah yang dapat dirasakan dalam meningkatkan UMKM adalah

“menjaga keamanan dan keikutsertaan pemerintah dalam mempromosikan produk. Kebijakan pemerintah dalam memperkenalkan produk kripik sambal memberikan kesempatan bagi pelaku untuk mendapatkan konsumen baru. Konsumen yang tak dapat dijangkau oleh pemilik dapat ditarik oleh pemerintah melalui dengan memperkenalkan produk itu

---

<sup>75</sup> Ismail Hasibuan, Pemilik Rumahrumah Makan, *Wawancara*

<sup>76</sup> Miftahul Rahma, Pemilik Kafe Pondok Terapung, *Wawancara*

<sup>77</sup> Hakim Siregar, Pengelolah Velag Regar, *Wawancara*

sendiri baik itu kepada keluarga, sahabat dan rekan-rekan selaku kepala desa dari desa yang lain. Dengan ini dapat menstabilkan pendapatan usaha kripik sambal milik ibu Mermi Ana”.<sup>78</sup>

Ibu Nur Anita menyatakan bahwa kebijakan pemerintah yang dapat dirasakan untuk mendukung usahanya yaitu

“mempermudah perizinan dan promosi produk. Dengan pemerintah mempermudah mengurus surat perizinan untuk membuka usaha, saya lebih mudah dalam menjalankan usaha ini dan tanpa harus ada kekhawatiran terhadap perizinan. Disamping itu para konsumen menjadi lebih yakin akan usaha saya ini. Dan pemerintah juga sering mengadakan agenda seperti rapat yang secara tidak langsung dapat mempromosikan kafe saya ini ke kalangan pemerintahan”.<sup>79</sup>

Bapak Ismail Hasibuan menyatakan bahwa kebijakan dari pemerintahan daerah yang dapat dirasakannya dalam mendukung perkembangan usahanya adalah

“mempermudah proses perizinan dan menjaga keamanan. Dengan kebijakan-kebijakan yang diberikan pemerintah dapat mempermudah saya dalam mengelola usaha saya, seperti mempermudah mengurus surat izin usaha dan menjaga keamanan baik dari keamanan hukum dan keamanan dari orang-orang yang ingin merusak usaha saya”.<sup>80</sup>

Bapak Risman Siregar selaku sekretaris desa menyatakan bahwa kebijakan-kebijakan yang diputuskan untuk mendukung pelaku usaha di desa Panompuan Jae adalah-insentif pajak, mempermudah proses perizinan, menjaga keamanan masyarakat dan pelaku usaha, dan ikutserta memperkenalkan produk-produk UMKM ke berbagai kalangan khususnya kalangan pemerintahan desa.

---

<sup>78</sup> Mermi Ana, Pemilik Rumah Produksi Kripik Sambal, *Wawancara*

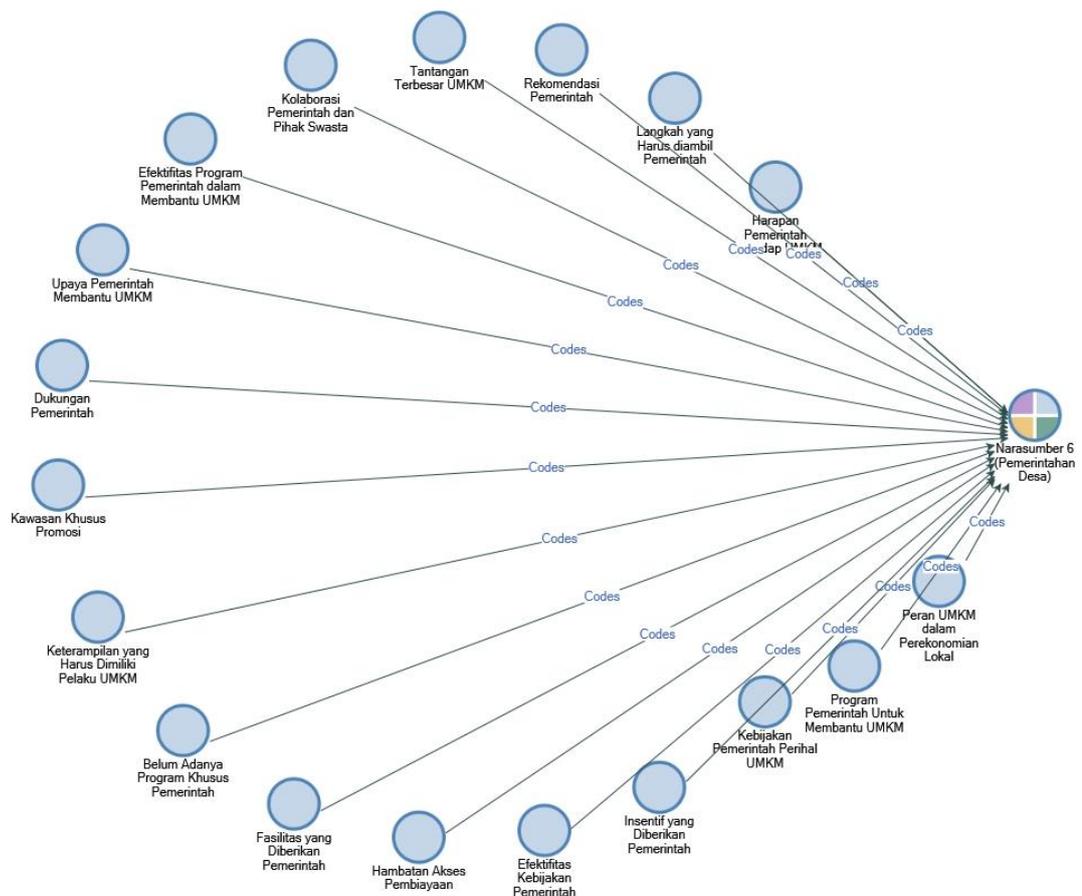
<sup>79</sup> Nur Anita, Pemilik Kafe Tobat, *Wawancara*

<sup>80</sup> Ismail Hasibuan, Pemilik Rumah Makan, *Wawancara*

## C. Pengolahan Data Menggunakan Nvivo

### 1. Hasil Wawancara Dengan Pihak Pemerintah Daerah Masyarakat Panompuan JaeKecamatan Angkola Timur

**Gambar IV.2 Hasil Uji Wawancara Dengan Pihak Pemerintah Daerah Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur**



Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa 1 orang yang mewakili pihak pemerintah desa nama peneliti tandai dengan kode Narasumber 6. Beberapa hal telah di bahas dalam wawancara tersebut. Adapun hal-hal yang menjadi topic wawancara dari gambar di atas, dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel IV.1 Hasil Uji Wawancara Dengan Pihak Daerah Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur**

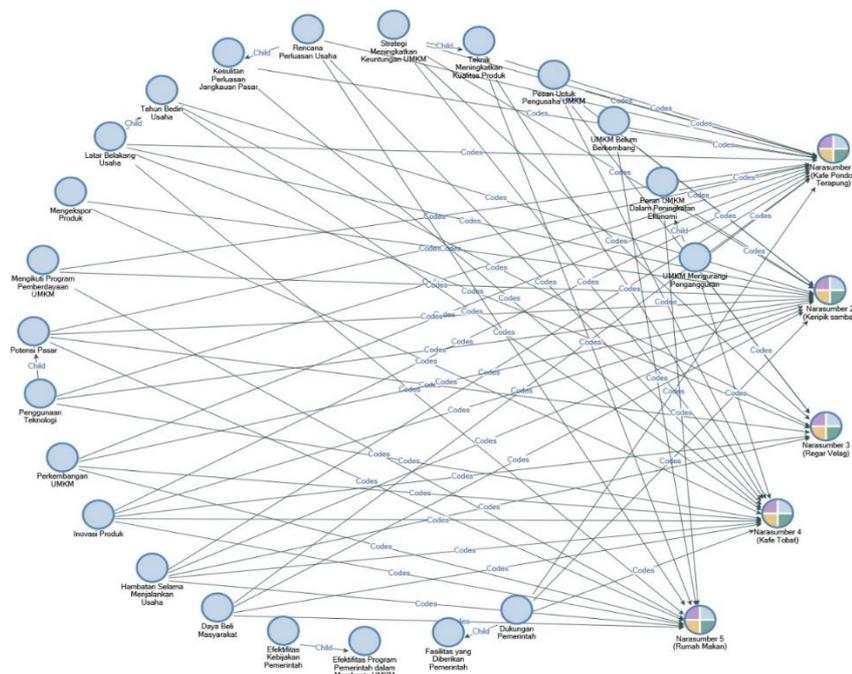
<b>Hasil Wawancara</b>	<b>Narasumber</b>
Peran UMKM dalam Perekonomian Lokal	1 Narasumber
Program Pemerintah Untuk Membantu UMKM	1 Narasumber
Kebijakan Pemerintah Perihal UMKM	1 Narasumber
Insentif yang Diberikan Pemerintah	1 Narasumber
Efektifitas Kebijakan Pemerintah	1 Narasumber
Hambatan Akses Pembiayaan	1 Narasumber
Fasilitas yang Diberikan Pemerintah	1 Narasumber
Belum Adanya Program Khusus Pemerintah	1 Narasumber
Keterampilan yang Harus Dimiliki Pelaku UMKM	1 Narasumber
Dukungan Pemerintah	1 Narasumber
Kawasan Khusus Promosi	1 Narasumber
Upaya Pemerintah Membantu UMKM	1 Narasumber
Efektifitas Program Pemerintah	1 Narasumber
Kolaborasi Pemerintah dan Pihak Swasta	1 Narasumber
Tantangan Terbesar UMKM	1 Narasumber
Hal yang Perlu Perhatian Khusus	1 Narasumber
Harapan Pemerintah Terhadap UMKM	1 Narasumber
Rekomendasi Pemerintah	1 Narasumber
Langkah yang Harus diambil Pemerintah	1 Narasumber

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa Pihak Pemerintah telah melaksanakan perannya dalam membantu peningkatan kualitas UMKM. Pemerintah menganggap bahwa UMKM merupakan salah satu tonggak untuk menjalankan perekonomian karena terbukti mampu mengurangi angka pengangguran. Namun demikian pemerintah setempat juga menyadari bahwa bantuan terhadap para pelaku UMKM belum maksimal dan masih belum efektif. Kebijakan pemerintah yang dilakukan untuk membantu memudahkan pelaku UMKM antara lain adalah menurunkan jumlah Pajak Penghasilan (PPh), membantu membangun infrastruktur seperti memperbaiki jalan dan menyediakan air bersih untuk memudahkan para pelaku UMKM beraktifitas.

Sampai saat ini pemerintah setempat belum pernah mengadakan kolaborasi dengan pihak swasta guna meningkatkan perekonomian melalui UMKM. Belum adanya kawasan khusus yang diberikan pemerintah setempat untuk promosi produk UMKM dan belum adanya program pelatihan khusus yang pemerintah berikan kepada pelaku UMKM. Namun demikian pemerintah setempat juga memiliki harapan yang besar pada pelaku UMKM dimasa mendatang. Penggunaan teknologi informasi yang baik dianggap mampu membantu UMKM untuk lebih berkembang lagi. Pemerintah juga masih terus berusaha untuk memperbaiki kebijakan-kebijakan untuk ikutserta mendukung dan memperluas jangkauan pasar pelaku UMKM demi meningkatkan perekonomian daerah

## 2. Hasil Wawancara Dengan Para Pelaku UMKM Panompuan Jae

**Gambar IV.3 Hasil Uji Wawancara Dengan Para Pelaku UMKM Panompuan Jae Narasumber 1 sampai Narasumber 5**



Berdasarkan gambar di atas Peneliti telah melakukan wawancara dengan 5 orang pelaku UMKM yang peneliti tandai dengan kode Narasumber 1, Narasumber 2, Narasumber 3, Narasumber 4 dan Narasumber 5. Beberapa hal telah di bahas dalam wawancara tersebut. Adapun hal-hal yang menjadi topic wawancara dari gambar di atas, dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel IV.2 Hasil Uji Wawancara Dengan Pelaku UMKM**

<b>Hasil Wawancara</b>	<b>Narasumber</b>
Latar Belakang Usaha	4 Narasumber
Hambatan Selama Menjalankan Usaha	5 Narasumber
Daya Beli Masyarakat	4 Narasumber
UMKM Belum Berkembang	2 Narasumber
Dukungan Pemerintah	3 Narasumber
Mengikuti Program Pemberdayaan UMKM	3 Narasumber
Peran UMKM Dalam Peningkatan Ekonomi	2 Narasumber
Potensi Pasar	4 Narasumber
Inovasi Produk	4 Narasumber
Penggunaan Teknologi	4 Narasumber
Perkembangan UMKM	4 Narasumber
Rencana Perluasan Usaha	3 Narasumber
Teknik Meningkatkan Kualitas Produk	2 Narasumber
Kesulitan Perluasan Jangkauan Pasar	2 Narasumber
UMKM Mengurangi Pengangguran	1 Narasumber
Pesan Untuk Pengusaha UMKM	5 Narasumber
Tahun Bediri Usaha	2 Narasumber
Strategi Meningkatkan Keuntungan UMKM	4 Narasumber
Mengekspor Produk	2 Narasumber

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa masyarakat pelaku UMKM yang menjadi Narasumber pada penelitian ini secara khusus memiliki latar belakang yang berbeda dalam memulai usahanya. Namun secara umum latar belakang dimulainya usaha para pelaku UMKM adalah tujuan untuk mendapatkan perbaikan perekonomian. Sampai saat ini para pelaku UMKM belum merasakan dukungan yang konkret (nyata) dari pemerintah daerah.

Pernyataan ini didukung dengan belum pernah diadakannya pelatihan khusus oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan UMKM di daerah Panompuan Jae. Keadaan ini tentu membuat para pelaku UMKM harus berjuang lebih ekstra untuk bisa mempertahankan produk dari usaha yang mereka buat.

Sebagai contoh untuk bertahan dan meningkatkan perekonomiannya, para pelaku UMKM takjarang melakukan strategi-strategi yang mereka pelajari secara mandiri, seperti melakukan promosi di media sosial yang mereka punya. Kemudian selain melakukan promosi lewat media sosial, mereka juga berusaha selalu menjaga kualitas produk yang mereka tawarkan. Belum banyak inovasi yang para pelaku UMKM ini laksanakan sejak awal mereka membuat usaha. Karena perekonomian masyarakat sekitar yang pada saat ini belum stabil. Kemudian para pelaku UMKM kedepannya berharap bahwa akan ada perhatian khusus dari pemerintah terhadap UMKM daerahnya. Semua ini agar keadaan perekonomian di daerah Panompuan Jae bisa lebih meningkat lagi. Mengingat saat ini UMKM cukup berperan dalam mengurangi angka pengangguran.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Strategi Yang diterapkan Pelaku Umkm Dalam Meningkatkan Usahanya**

Pelaku UMKM terus berinovasi dan mengembangkan strategi-strategi efektif guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Melalui pemanfaatan teknologi, peningkatan kualitas produk, serta perluasan jaringan pasar, mereka berhasil menghadapi tantangan dan memanfaatkan

peluang di era digital. Ada beberapa strategi yang diterapkan para pelaku UMKM sebagai berikut:

a. Menjaga Kualitas Produk

Menjaga kualitas produk merupakan strategis yang baik untuk pelaku UMKM. Kualitas produk memiliki dampak yang sangat besar dalam mendorong peningkatan dan pengembangan UMKM. Produk yang berkualitas tidak hanya dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, tetapi juga dapat membangun reputasi yang positif bagi UMKM. Reputasi yang baik ini akan menjadi modal utama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, yang gilirannya berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain itu, dengan produk yang terjamin kualitasnya, UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif, bahkan dengan perusahaan besar.

Peningkatan kualitas produk juga membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, serta memperkenalkan inovasi yang dapat menarik perhatian pelanggan baru. Dengan kualitas produk yang konsisten dan terjaga, UMKM dapat mempertahankan keberlanjutan usaha mereka, yang merupakan faktor penting untuk pertumbuhan jangka panjang. Kualitas produk yang baik juga memungkinkan UMKM memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang lebih modern, yang dapat memperluas jangkauan dan dapat meningkatkan daya saing di pasar global. Secara keseluruhan, kualitas produk adalah faktor krusial yang dapat

mempercepat proses peningkatan UMKM, baik dari segi volume penjualan, reputasi, maupun ekspansi pasar.

b. Promosi Online

Meningkatkan UMKM adalah suatu keharusan yang dilakukan oleh pelaku UMKM itu sendiri demi untuk menjaga keberlanjutan UMKM. Dalam proses peningkatan UMKM memerlukan strategi yang efektif. Salah satu strategi dalam meningkatkan UMKM adalah dengan promosi. Promosi yang dilakukan para pelaku usaha pada masa dulu adalah dengan menyebarkan selebaran, membuat poster-poster di jalan, namun kenyataannya strategi itu kurang efektif dalam memperkenalkan UMKM ke berbagai kalangan. Selain kurang efektifnya dalam menarik konsumen, strategi itu juga menyebabkan pemborosan modal dan tenaga.

Zaman sekarang selain peradaban yang semakin modren, teknologi juga ikut berkembang pesat. Dengan perkembangan ini memberikan manfaat yang besar pada kehidupan manusia, terkhususnya pada pelaku UMKM. Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya, terkhusus dalam promosi. Promosi online adalah salah satu strategis yang sangat efekti dan efisien. Dengan promosi online dapat menghemat biaya dan tenaga, yang dulunya harus ngeprint beratus lembaran untuk mepromosikannya sekarang hanya butuh beberapa video tanpa harus mengeluarkan sejumlah uang.

Selain dari segi menghemat biaya, promosi oline juga dapat menghemat tenaga. Yang dulu harus pergi kejalanan untuk membagikan selebaran

kepada masyarakat yang lewat, sekarang bisa mempromosikan lewat dari rumah tanpa harus keluar. Dengan membagikan video atau photo kreatif ke media sosial, akan dapat menarik minat para konsumen tanpa harus mencari dan menemuinya satu persatu. Sama halnya dengan pelaku UMKM di desa Panompuan Jae. Mereka sudah mulai memanfaatkan teknologi dalam hal promosi, walaupun masih belum difokuskan.

c. Memperluas Koneksi

Koneksi yang baik dan luas memiliki peran yang sangat penting dalam peningkatan UMKM. Melalui jaringan yang kuat, UMKM dapat mengakses berbagai peluang bisnis, informasi pasar, serta sumber daya yang dibutuhkan untuk berkembang. Koneksi dengan pemasok, distributor, dan mitra bisnis lainnya memungkinkan UMKM untuk memperoleh bahan baku dengan harga yang kompetitif, serta memperluas saluran distribusi produk mereka. Selain itu, hubungan yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan, yang berimbas pada peningkatan penjualan.

Koneksi juga yang membuka peluang untuk kolaborasi dalam inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memperluas jaringan, UMKM dapat memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih besar, bahkan ke pasar internasional. Secara keseluruhan, koneksi yang terjalin dengan berbagai pihak dapat mempercepat pertumbuhan UMKM, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan peluang baru yang berkelanjutan.

#### d. Fasilitas

Fasilitas yang memadai memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja dan pertumbuhan UMKM. Akses terhadap fasilitas yang baik, seperti infrastruktur, teknologi yang canggih, serta fasilitas produk yang efisien dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan fasilitas yang mendukung, UMKM dapat mengoptimalkan proses produksi, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan kapasitas memenuhi permintaan pasar yang lebih besar.

Fasilitas yang baik juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen UMKM, karena dapat meningkatkan kualitas pelayanan, dan pengalaman berkunjung yang nyaman. Fasilitas seperti tempat usaha yang bersih, rapi, dan mudah diakses memberikan kenyamanan bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen. Fasilitas mushollah dan tempat yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan konsumen UMKM dengan memberikan kenyamanan tambahan saat berkunjung. Mushallah yang bersih dan tempat yang nyaman menunjukkan perhatian terhadap pelanggan, menciptakan suasana yang lebih profesional, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

#### 2. Faktor-Faktor Penghambat Peningkatan UMKM

Para pelaku UMKM sering kali menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi perkembangan usaha mereka. Berbagai tantangan ini mencakup keterbatasan modal, serta kurangnya fasilitas dan teknologi yang memadai.

Selain itu, persaingan yang ketat dan regulasi yang kompleks juga menjadi kendala utama yang perlu diatasi agar UMKM dapat terus berkembang dan bersaing di pasar. Beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa Panompuan Jae antara lain:

a. Minimnya Modal

Modal yang terbatas menjadi salah satu hambatan utama dalam mengembangkan potensi UMKM. Bagi pelaku UMKM, keterbatasan dana menghalangi mereka untuk meningkatkan usaha secara maksimal. Tanpa modal yang cukup, UMKM kesulitan untuk memperluas jangkauan pasar, membeli bahan baku berkualitas, atau melakukan inovasi pada produk dan layanan yang mereka tawarkan. Hal ini tentu saja menghambat daya saing mereka di pasar yang kompetitif. Selain itu, minimnya modal menghambat kemampuan UMKM untuk berinvestasi pada teknologi dan infrastruktur yang dapat meningkatkan efisiensi operasional.

b. Kemampuan Manajemen Yang Tidak Efektif

Manajemen yang kurang efektif dapat memiliki dampak yang negative yang signifikan terhadap perkembangan dan peningkatan UMKM. Ketika manajemen suatu usaha tidak dijalankan dengan baik, perencanaan yang buruk, pengorganisasian yang lemah, serta pengawasan yang tidak memadai bisa menghambat efisiensi operasional. Hal ini menyebabkan penggunaan sumber daya manusia, modal, maupun waktu. Selain itu keputusan yang tidak tepat dan terlambat dapat menghadapi perubahan

pasar dapat merugikan UMKM, terutama dalam hal menyesuaikan produk atau layanan yang ditawarkan.

Kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan dan pemasaran juga bisa membuat UMKM kesulitan dalam hal meningkatkan daya saing. Sebaliknya, manajemen yang efektif akan mampu merancang strategi yang jelas, mengoptimalkan sumber daya, dan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam pasar kompetitif.

c. Kemampuan Memanfaatkan Teknologi

Kurangnya kemampuan memanfaatkan teknologi dapat menjadi faktor penghambat yang signifikan bagi peningkatan UMKM. Di era digital seperti sekarang, teknologi memainkan peran penting dalam efisiensi operasional, pemasaran, pemasaran, dan pengolahan bisnis. Tanpa kemampuan untuk memanfaatkan teknologi, UMKM akan kesulitan dalam meningkatkan daya saing, baik di pasar local maupun global. Misalnya, kurangnya penggunaan *platform* digital untuk pemasaran dapat membatasi jangkauan pasar, sementara ketidakmampuan dalam menggunakan sistem manajemen keuangan yang terkomputerisasi dapat menyebabkan kesulitan dalam pengelolaan *cash flow* dan perencanaan keuangan yang tepat. Selain itu, teknologi juga dapat membantu UMKM dalam inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Tanpa pemahaman dan penerapan teknologi yang tepat, UMKM akan kesulitan dalam mengadaptasi dengan perubahan pasar dan terus bersaing dengan

bisnis yang lebih besar atau lebih maju secara teknologis. Oleh karena itu, penguasaan teknologi menjadi kunci penting untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

d. SDM Kurang Terampil

Sumber daya alam yang kurang terampil menghambat peningkatan UMKM karena keterampilan yang rendah mengurangi kemampuan untuk mengolah operasional dengan efisien, berinovasi, serta memberikan pelayanan yang berkualitas. Tanpa keterampilan yang memadai, karyawan atau pengusaha UMKM kesulitan dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif, mengoptimalkan penggunaan teknologi, dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, keterbatasan keterampilan juga dapat berdampak pada pengolahan keuangan, produksi dan kualitas produk atau pelayanan, yang pada akhirnya mengurangi daya saing UMKM. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan keterampilan SDM sangat penting untuk memastikan UMKM dapat berkembang, beradaptasi dengan perubahan, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

3. Peran Pemerintah Dalam Pertumbuhan UMKM

Keberhasilan dalam peningkatan UMKM bukan hanya diusahakan oleh pelaku UMKM, tetapi juga harus ada keikutsertaan pemerintah. Peran pemerintah sangat penting dalam kebangkitan UMKM lokal, melalui kebijakan-kebijakan yang akan diadopsi. Kebijakan pemerintah sangat berdampak terhadap peningkatan UMKM, seperti insentif pajak, kemudahan

perizinan dan juga keamanan UMKM. Beberapa kebijakan pemerintah yang berdampak terhadap keberlanjutan UMKM di desa Panompuan Jae diantaranya:

a. Insentif Pajak

Insentif pajak memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Dengan adanya insentif pajak, seperti pengurangan tariff pajak, atau pembebasan dari beberapa kewajiban perpajakan, UMKM dapat memperoleh keringanan biaya yang signifikan. Hal ini memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk mengalokasikan lebih banyak dana untuk inovasi, pengembangan produk, dan peningkatan sumber daya manusia. Selain itu, insentif pajak dapat meningkatkan daya saing UMKM, yang sering kali terhalang oleh beban pajak yang tinggi. Dengan keringanan pajak, mereka lebih fleksibel dalam mengalokasikan keuangan dan berinvestasi pada pengembangan usaha mereka. Oleh karena itu, insentif pajak yang tepat sasaran dapat berkontribusi besar dalam mempercepat pertumbuhan sektor UMKM, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong perekonomian nasional secara keseluruhan.

b. Kemudahan Perizinan

Mempermudah perizinan memberikan dampak positif terhadap peningkatan UMKM, karena prosesnya yang sederhana dan cepat memungkinkan pelaku usaha untuk fokus pada pengembangan usaha tanpa terhambat oleh birokrasi yang rumit. Dengan perizinan yang lebih

mudah diakses UMKM dapat segera beroperasi secara legal, memperoleh akses ke berbagai fasilitas dan dukungan pemerintah, serta memperluas peluang pasar. Hal ini juga dapat meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, sehingga mereka lebih termotivasi untuk berinovasi dan berkembang.

c. Keamanan

Menjaga keamanan, baik fisik, hukum maupun digital, dapat berpengaruh besar terhadap peningkatan UMKM, karena menciptakan lingkungan yang kondusif dan terpercaya bagi pelaku usaha untuk berkembang. Dengan tingkat keamanan yang terjamin, UMKM dapat beroperasi tanpa khawatir akan ancaman kriminalitas atau kebocoran data, yang dapat merugikan bisnis mereka. Keamanan yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya dapat memperluas pasar dan mendorong pertumbuhan usaha.

d. Promosi

Promosi pemerintah yang efektif berpengaruh signifikan terhadap peningkatan UMKM, karena dapat membuka akses informasi, memperkenalkan produk lokal ke pasar yang luas, serta menarik perhatian investor dan konsumen. Melalui kampanye dan promosi, pemerintah dapat membantu UMKM untuk lebih dikenal, meningkatkan daya saing, dan mengoptimalkan peluang bisnis, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

### **E. Keterbatasan Penelitian**

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun penelitian ini terbatas pada beberapa hal, sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas hanya meneliti strategi, hambatan dan peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM di desa Panompuan Jae.
2. Dalam melakukan wawancara sering kali informasi yang diberikan oleh informan kurang tepat dalam penyampainnya.
3. Keterbatasan waktu dan dana mungkin membatasi cakupan dan kedalaman penelitian.
4. Sedikitnya subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 5 pelaku UMKM dan 1 pemerintah desa.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Ada beberapa strategi yang digunakan para pelaku UMKM dalam meningkatkan usahanya yaitu: Mengaplikasikan media sosial sebagai alat promosi, Menjaga kualitas produk, Memperbaiki infrastruktur, dan Kolaborasi dengan pihak lain. Hambatan yang dialami pelaku UMKM yaitu: Minimnya modal, Kurang berkualitasnya SDM dan Minimnya pengetahuan akan teknologi. Sedangkan peran pemerintah dalam meningkatkan UMKM yaitu: Insentif pajak, Mempermudah proses perizinan, Menjaga keamanan, dan Melakukan promosi.

### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh melalui penelitian ini, beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas objek penelitian bukan hanya strategi, hambatan dan peran pemerintah dalam mendukung UMKM.
2. Bagi pelaku UMKM agar lebih memperkuat strategi-strategi yang diterapkan dalam peningkatan UMKM.
3. Bagi pemerintah supaya pemerintah lebih tegas dalam memutuskan kebijakan-kebijakan yang akan diputuskan dalam mendukung keberlanjutan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 33.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Alkalah, C. (2019). *Manajemen Umkm Dan Koperasi* (Vol. 19, Issue 5). Unitomo Press.
- Alya Verni, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 87–99.
- Ardiansyah, M. (2023). *Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm*. Cv Adanu Abitama.
- Arifin Sitio, M. S., & Saur Costanius Simamora, Sp, Mm Editor : Rike Penta Sitio, Se, M. (2019). *Strategi Pemasaran Umkm*. Mutiara Banten.
- Asiva Noor Rachmayani. (2019). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Bakhri, S. (2020). *Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan (Industri Kecil Menengah)*. K-Media.
- Batubara, S. (2023). *Pengantar Ekonomi* (Vol. 19, Issue 5). Cv Widina Media Utama.
- Buku Induk Desa Panompuan Jae, Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Endah, P. T., Wilujeng, S. A., Rifka, F., Achmad, S., & Imbalan, Z. (2020). Nvivo | I. In *Pemanfaatan Nvivo Dalam Penelitian Kualitatif*. Lp2m Universitas Negeri Malang.
- Fiantika, Feni Rita. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). Pt Global Eksekutif Teknologi.
- Ghofur, A. (2019). Konsep Riba Dalam Al-Qur'an. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 1–26. <https://doi.org/10.21580/Economica.2016.7.1.1030>
- Hakim Siregar, Pengelolah Velag Regar, *Wawancara*, ( 18 November 2024)), Pukul 12:00 Wib
- Imansari Nur Indah. (2023). *Strategi Pengembangan Umkm Kerajinan Tas Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Ngadisan, Sabit, Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ismail Hasibuan, Pemilik Rumah Makan, *Wawancara*, ( 19 November 2024), Pukul 11:00 Wib
- Lestari, S. (2020). Analisa Peranan Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Umkm Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp. Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas". *Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan*, 5(3), 15–31
- Mermi Ana, Pemilik Rumah Produksi Kripik Sambal, *Wawancara*, ( 19 November

- 2024), Pukul 13:42 Wib
- Miftahul Rahma, Pengelolah Kafe Pondok Terapung, *Wawancara*, ( 18 November 2024), Pukul 11:00 Wib
- Muljawan, D., & Dkk. (2020). Buku Pengayaan Pembelajaran Ekonomi Syari'ah Untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X. In *Departemen Ekonomi Dankeuangan Syariah Bank Indonesia* (Vol. 5, Issue 2). Depertemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Murdijaningsih, T., Wijaya, M., & ... (2023). Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Umkm Di Era Ekonomi Digital. *Wikuacity: Jurnal ...*, 02(02), 110–115. <https://doi.org/10.56681/Wikuacity.V2i2.121>
- Nasution, A. F. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue 112). Cv Harfa Kreative.
- Nofrianto, Ibrahim, A., Kholis, E. A. | N. A. N., & Utami, S. A. (2021). Pengantar Ekonomi Syariah. In *Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*. Depertemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Nur Anita, Pemiliki Kafe Tobat, *Wawancara*, ( 19 November 2024), Pukul 15:11 Wib
- Nurul Arifin, M. Y. (2023). Pendapat Ekonom Muslim Baqir As Sadr Dan Ekonom Kapitalis Thomas Robert Malthus Mengenai Kelangkaan. *Jurnal Akutansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (Jakpi)*, 3(1), 42–55.
- Permana, S. H. (2019). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 93–103. <https://doi.org/10.46807/Aspirasi.V8i1.1257>
- Purwowibowo, Hendrijanto, K., & Soelistijono, P. A. (2019). Buku Ajar Mata Kuliah Ekonomi Pembangunan. In *Aristo* (Vol. 6, Issue 2). Umsida Press.
- Rahmadani, A. P., Agustina, D., Khuzaimah, D., Ningsih, E. C. W., Assafillia, F., Kurniawati, K. D., Imanulloh, M., Rohim, R. N., Izzati, S. Z., Nurlaeli, I., & Jannah, Z. (2023). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Umkm Dalam Digitalisasi Marketing. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 57–66. <https://doi.org/10.61813/Jlppm.V2i2.39>
- Ramdani Harahap, S. A., Azmi, M. U., & Syamsuri, S. (2021). Pembangunan Ekonomi Islam Melalui Peran Sumber Daya Manusia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24235/Jm.V6i1.7305>
- Risman Siregar, Sekretaris Desa Panompuan Jae, *Wawancara*, ( 18 November 2024), Pukul 12:00 Wib
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Issue 112). Mulawarman University Press.
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2023). *Kewirausahaan Berbasis Umkm* (Issue 112). Seval Literindo Kreasi.
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni. (2022). *Manajemen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. Cv. Eureka Media Aksara.
- Samsul Marif Hasibuan, Kepala Desa Panompuan Jae, *Wawancara*, ( 7 Oktober 2024), Pukul 14:00 Wib

- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang Dan Tantangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm): Systematic Literature Review. *Jureka*, 1(1), 25–39.
- Siti, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Watang Soreang Kota Parepare. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1). Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Supriyati, Elpisah, Jumiati, E., Rahayu, Y. P., Abolladaka, J., Jumri, Nasution, Z. F., Nazipawati, Ristiyana, R., Kundhani, E. Y., Safarida, N., Sujana, I. W., Dewadi, F. M., & Yudilestari, E. P. (2022). *Pengantar Ekonomi* (Vol. 2, Issue 6). Eureka Media Aksar.
- Syarief, Faroman. (2020). *Buku\_Pengemban Dan Pemberdayaan Umkm\_Jan-Gjl2019* (Vol. 1). Yayasan Barcode.
- T.Gilarso. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Lembaga Penerbit Kampus Iain Palopo.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08.
- Wahyuni, S. (2019). *Pengantar Ekonomi Islam*. 174.
- Wulan, & Dewi Retna. (2022). Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi Dalam Islam. *Ekonomi Bisnis Islam*, 1(00), 1–14.
- Yunarni, B. R. T., & Haris, A. (2020). Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Mandalika Lombok. *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 333–342. <https://doi.org/10.58258/Jisip.V4i3.1224>

## **DAFTAR WIRAYAT HIDUP**

I. Nama : Edi Saputra Harahap  
Nim : 20 402 00230  
Tempat/ Tgl Lahir : Gunung Tua Batang Onang/ 11 September  
2001  
Alamat : Gunung Tua Batang Onang  
Agama : Islam  
Anak Ke : 6 Dari 7 Bersaudara  
No Hp : 082274554113  
Email : Saputrasahap2001@mail.com

### II. Orang tuan

Ayah : Muslimin Harahap  
Ibu : Marbawiyah Siregar  
Alamat : Gunung Tua Batang Onang  
Pekerjaan : Petani

### III. Pendidikan

a. Tahun 2008-2014 : SD N 100050 Pasar Matanggor  
b. Tahun 2014-2017 : MTS Baiturrahman  
c. Tahun 2017-2020 : MAS Baiturrahman

## **Pertanyaan-Pertanyaan Wawancara Dengan Judul Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Panompuan Aje Kecamatan Angkola Timur**

### **A. Pertanyaan Untuk Pihak UMKM**

1. Bisa ceritakan latar belakang usaha yang anda jalani sekarang?  
Jawaban:
2. Apa yang mendorong anda untuk memulai usaha ini?  
Jawaban:
3. Sejak kapan anda menjalankan usaha ini dan berapa banyak karyawan yang terlibat?  
Jawaban:
4. Apa saja hambatan utama yang anda hadapi dalam mengelolah umkm ini?  
Jawaban:
5. Bagaimana kondisi pasar atau daya beli masyarakat terhadap produk yang anda tawarkan?  
Jawaban:
6. Apakah anda merasa umkm di daerah ini sudah cukup berkembang? Mengapa/mengapa tidak?  
Jawaban:
7. Sejauh mana dukungan pemerintah atau lembaga lainnya dalam mengembangkan usaha anda?  
Jawaban:
8. Apakah anda pernah mengikuti program atau pelatihan pemberdayaan umkm? Jika iya, apa manfaat yang anda rasakan?  
Jawaban:
9. Apa bentuk bantuan atau kebijakan yang menurut anda paling bermanfaat untuk umkm di daerah ini?  
Jawaban:
10. Apa saja strategi yang anda terapkan untuk meningkatkan pendapatan atau keuntungan umkm anda?  
Jawaban:
11. Bagaimana anda melihat peran umkm dalam meningkatkan ekonomi masyarakat disekitar usaha anda?  
Jawaban:
12. Apakah anda merasa masih ada potensi pasar yang belum dimanfaatkan untuk produk yang anda tawarkan?  
Jawaban:
13. Apakah anda melakukan inovasi dalam produk anda? Jika iya, inovasi apa saja yang paling berdampak?  
Jawaban:
14. Bagaimana anda menggunakan teknologi untuk memajukan usaha anda, misalnya dalam pemasaran atau manajemen?

Jawaban:

15. Adakah rencana untuk memperluas usaha anda, baik dari sisi produk ataupun pasar?

Jawaban:

16. Apa upayah yang anda lakukan untuk meningkatkan kualitas produk yang anda tawarkan?

Jawaban:

17. Bagaimana anda melakukan pemasaran produk? Apakah anda sudah menggunakan media sosial atau platform digital lainnya?

Jawaban:

18. Apakah ada kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar produk anda?

Jawaban:

19. Menurut anda bagaimana umkm dapat berkontribusi dalam mengurangi pengangguran di masyarakat?

Jawaban:

20. Apa harapan anda agar umkm dapat berperan lebih besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat?

Jawaban:

21. Apakah menurut anda umkm memiliki peran yang cukup signifikan dalam pertumbuhan ekonomi daerah ini?

Jawaban:

22. Apa pesan atau saran yang ingin anda sampaikan kepada pengusaha umkm lainnya yang sedang ingin mengembangkan usahanya?

Jawaban:

23. Apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar umkm di daerah ini dapat berkembang lebih optimal?

Jawaban:

24. Apakah ada hal lain yang ingin anda tambahkan mengenai pengalaman anda menjalankan umkm ini?

Jawaban:

## **B. Pertanyaan Untuk Pemerintahan Desa**

1. Apa yang Anda ketahui tentang peran UMKM dalam perekonomian lokal?

Jawaban:

2. Menurut Anda, sejauh mana UMKM berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi di daerah ini?

Jawaban:

3. Apa saja kebijakan atau program yang pemerintah daerah telah implementasikan untuk mendukung UMKM setempat?

Jawaban:

4. Sejauh mana kebijakan pemerintah terkait UMKM mempengaruhi operasional bisnis UMKM di daerah ini?

Jawaban:

5. Apakah ada insentif atau bantuan khusus dari pemerintah yang dirasakan oleh pelaku UMKM setempat? Jika ya, bantuan apa yang paling membantu?

6. Jawaban:

7. Bagaimana Anda menilai efektivitas dari kebijakan atau program pemerintah dalam mendorong pertumbuhan UMKM di daerah ini?

Jawaban:

8. Apakah UMKM setempat memiliki akses yang memadai terhadap pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga keuangan lainnya? Jika tidak, apa hambatan yang dihadapi?

Jawaban:

9. Apa yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk memfasilitasi akses pembiayaan bagi UMKM, terutama untuk UMKM yang baru berkembang?

Jawaban:

10. Apakah pemerintah daerah menyediakan pelatihan atau program pengembangan kapasitas untuk pelaku UMKM? Sejauh mana pelatihan ini membantu dalam pengembangan bisnis mereka?

Jawaban:

11. Apa jenis keterampilan atau pengetahuan yang paling dibutuhkan oleh pelaku UMKM di daerah ini yang belum dipenuhi oleh pemerintah?

Jawaban:

12. Bagaimana pemerintah mendukung pembangunan infrastruktur yang dapat mempermudah operasional UMKM, seperti akses jalan, listrik, internet, atau tempat pemasaran produk?

Jawaban:

13. Apakah terdapat kawasan atau pusat yang disediakan pemerintah untuk memfasilitasi promosi atau pemasaran produk UMKM lokal?

Jawaban:

14. Apa upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk membantu UMKM setempat dalam memperluas jaringan pasar atau memasarkan produk mereka, baik secara lokal maupun nasional?

Jawaban:

15. Seberapa efektif program-program pemerintah dalam mempromosikan produk-produk UMKM daerah ke pasar yang lebih luas?

Jawaban:

16. Bagaimana kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam mendukung UMKM setempat? Apakah ada kemitraan atau program bersama yang telah dilaksanakan?

Jawaban:

17. Apakah ada ruang bagi UMKM untuk terlibat dalam perencanaan atau pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan UMKM?

Jawaban:

18. Menurut Anda, apa tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM setempat dalam memperoleh manfaat dari kebijakan pemerintah?

Jawaban:

19. Apa yang masih perlu diperbaiki oleh pemerintah untuk lebih mendukung UMKM di daerah ini?

Jawaban:

20. Apa harapan Anda terhadap kebijakan pemerintah terkait UMKM dalam jangka panjang? Bagaimana Anda melihat keberlanjutan dukungan ini?

Jawaban:

21. Sejauh mana Anda melihat dampak kebijakan pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM dalam 5 hingga 10 tahun ke depan?

Jawaban:

22. Jika Anda bisa memberikan satu rekomendasi kepada pemerintah untuk meningkatkan dukungannya terhadap UMKM setempat, apa yang akan Anda sarankan?

Jawaban:

23. Apa langkah-langkah konkret yang menurut Anda perlu diambil oleh pemerintah untuk mempercepat pengembangan UMKM di daerah ini?

Jawaban:

24. Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait peran pemerintah dalam mendukung perkembangan UMKM di daerah ini?

Jawaban:

**VALIDATOR**

**Nando Farizal, M.E**  
**NIP.199410192022031003**







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximill (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 2551 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/11/2024

12 November 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Kepala Desa Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur.  
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Edi Saputra Harahap  
NIM : 2040200230  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Strategi Peningkatan Ekonomi dan Masyarakat Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan  
  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP. 1197905252006041004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN  
KECAMATAN ANGKOLA TIMUR  
DESA PANOMPUAN JAE

Panompuan Jae, 13 Nopember 2024

Nomor : 100.3.5.2/278/2024  
Sipat : Biasa  
Lamp : -  
Hal : Balasan Permohonan Riset

Kepada Yth,  
Bapak Kepala UIN  
Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan  
di-  
Tempat

Sesuai dengan surat saudara No. 225/Un.28/G.4c/TL.00.9/11/2024, tanggal, 12 Nopember 2024 tentang permohonan izin untuk melakukan Riset penyelesaian Skripsi di desa Panompuan Jae Kecamatan Angkola Timur oleh mahasiswa ;

Nama : Edi Saputra Harahap  
Nim : 2040200230  
Program studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : **Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat**

Maka dengan ini kami memberikan izin kepada nama tersebut diatas untuk melakukan Riset dalam rangka Penyelesaian Skripsi, sesuai maksud isi surat saudara.

Demikianlah surat ini disampaikan, agar bisa dipergunakan sebagai mana mestinya.

