

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kemiskinan di negara berkembang seperti Indonesia masih menjadi masalah serius dan selalu dikaitkan dengan penelitian yang terus menerus. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022, Jumlah orang miskin (penduduk yang produksi per kapita bulanannya di bawah garis kemiskinan), pada September 2022 tercatat sejumlah 27,55 juta orang, kondisi tersebut meningkat dibandingkan dengan Maret 2022 yang hanya sebanyak 1,13 juta. Suatu lonjakan yang cukup drastis dari tahun 2019, peningkatannya sebesar 2,76 juta. Kondisi ini disebabkan oleh kualitas sumber daya manusia yang buruk, tingkat persaingan di pasar tenaga kerja dunia dan banyaknya pekerjaan di bawah standar. Hal ini mengakibatkan banyak orang yang menganggur dan tidak berpenghasilan tetap, sehingga kondisi ini menuntut terciptanya lapangan pekerjaan baru berdasarkan perkembangan penduduk yang ada untuk mencegah terjadinya pengangguran dan ketimpangan sosial (Harjanto, 2014).

Salah satu upaya untuk mengurangi pengangguran dan ketimpangan sosial yakni membangun industri rumahan yang tergabung dalam UMKM. UMKM merupakan unit usaha yang memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi hal ini dikarenakan UMKM dapat membantu proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Keberadaan UMKM mampu mengangkat perekonomian daerah menggunakan sumber daya lokal yang ada di daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kementerian Koperasi Kementerian Perindustrian tahun 2015, UMKM terbukti memberikan kontribusi 61,41% terhadap PDB dan 96,71% terhadap penyerapan tenaga kerja, dan meningkat pada tahun 2020 yakni berkontribusi untuk PDB sebesar 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.500 triliun, serta mampu menyerap tenaga kerja sejumlah 97% dari daya serap dunia usaha. Berdasarkan fakta tersebut dapat ditarik benang merah bahwa UMKM merupakan penopang utama perekonomian Indonesia (Noviyanti, 2020)

Karakteristik utama dari UMKM adalah kemampuan untuk mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan biaya yang relatif rendah, sehingga keberadaan UMKM tidak hanya untuk meningkatkan penghasilan namun juga dapat berguna untuk pemerataan pendapatan, hal ini dapat dimaklumi karena sektor usaha kecil mempengaruhi banyak orang dengan berbagai bisnis. Menurut Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha manufaktur yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. hukum. Usaha kecil adalah usaha yang layak secara ekonomi yang berdiri sendiri dan terus beroperasi oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu usaha (Kemenperin, 2016).

Secara umum persebaran industri dalam negeri yang tergabung dalam UMKM kebanyakan berada di pedesaan. Harapannya UMKM dapat menjadi motor penggerak perekonomian desa dan daerah (Kemenperin, 2016), yang tentunya disesuaikan dengan potensi daerah masing-masing, misalnya pertanian, peternakan, industri kerajinan, aneka pengolahan makanan. bisnis, dan berbagai lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar per Produk Domestik Regional Bruto Tahun 2019 menunjukkan bahwa industri pengolahan dengan nilai nominal 12.177.776,57 menempati urutan pertama bidang usaha yang memberikan kontribusi terhadap PDRB Kabupaten Karanganyar, disusul dengan urutan kedua di Bidang usaha perdagangan besar dan eceran untuk perbaikan mobil dan sepeda motor. dengan nilai nominal 3.249.326,57 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar, 2016).

Kecamatan Colomadu yang merupakan daerah Peri-urban yang merupakan daerah penghubung antara pedesaan dan perkotaan, wilayah yang dimaksud dapat dilihat dari aspek fisik, sosial, ekonomi, dan budaya. Dari segi penggunaan lahan, pinggiran kota memiliki fungsi lahan campuran, antara lain pemukiman, kawasan industri, pertanian, lahan terbuka, dan pusat aktivitas baru. Colomadu terletak di antara perbatasan Kabupaten Boyolali, Kabupaten Karanganyar, dan Kota Surakarta, kawasan yang sangat strategis ini memiliki potensi dalam sektor industri pengolahan hasil pertanian, bisnis kuliner, bisnis fashion, perdagangan dan jasa dan lain-lain, sehingga banyak UMKM yang menjalankan UMKM. kegiatan. baik dalam skala kecil maupun menengah (Sugiyarto, 2021).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di Kecamatan Colomadu dalam kurun waktu tahun 2020 terdapat 1058 UMKM yang terdiri dari berbagai macam jenis UMKM, yang tersebar di wilayah colomadu, yang tidak terkonsentrasi di pusat kecamatan saja, namun meluas hingga tingkat desa. Berdasarkan hasil survey awal di kecamatan Colomadu, saat ini jumlah pelaku UMKM di Kecamatan Colomadu terus mengalami peningkatan jumlahnya, dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 2. Banyaknya UMKM di Kecamatan Colomadu Berdasarkan Wilayah Tahun 2022

No	Nama Wilayah	Jumlah UMKM	Persentase
1	Ngasem	72	6.81 %
2	Bolon	214	20.23 %
3	Malangjiwan	163	15.41%
4	Paulan	40	3.78%
5	Gajahan	18	1.70%
6	Blulukon	96	9.07%
7	Gawanan	94	8.88%
8	Gedongan	154	14.56%
9	Tohudan	140	13.23%
10	Baturan	24	2.27%
11	Klodran	43	4.06%
Jumlah		1058	100 %

Sumber : Statistik Kecamatan Colomadu, 2022

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di kecamatan Colomadu Karangayar di tahun 2022 sejumlah 1058 Unit dan berdasarkan wilayah pertumbuhannya yang paling banyak adalah di wilayah kelurahan Bolon yakni sebesar 20.23%. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa UMKM di Kecamatan Colomadu cukup besar pertumbuhannya jika dibandingkan wilayah lain. Pertumbuhan UMKM di kecamatan Colomadu dalam tahun 2020 termasuk dalam kategori yang besar setiap bukan rata rata 88 UMKM bermunculan, sehingga kondisi tersebut dapat mengurangi kemiskinan dan pengangguran di masyarakat karena penduduk bisa mendapatkan pekerjaan dan pendapatan dengan bekerja di berbagai bidang usaha yang dijalankan oleh

para pelaku usaha kecil tersebut walaupun masih dalam taraf mikro, kehadiran UKM menjadi salah satu penggerak perekonomian global di Indonesia. Manfaat keberadaan UMKM begitu besar sehingga dapat memberikan kesempatan kerja mandiri dan memberikan manfaat, serta dapat menyerap tenaga kerja yang berpendidikan rendah, maka keberlangsungan UMKM perlu dipertahankan .

Kelangsungan suatu usaha diperlukan suatu strategi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dalam perkembangannya, dan konsep strategi harus selalu dikembangkan untuk mengatasi permasalahan. Rangkuti (2014) menjelaskan permasalahan mendasar dalam menggerakkan sektor riil UKM dan industri adalah penetrasi pasar yang masih lemah dan tidak adanya jangkauan wilayah pemasaran yang luas, untuk itu perlu dikembangkan strategi yang selalu dikembangkan berdasarkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi keberlangsungan UKM, diantaranya berkaitan dengan kondisi geografi ekonomi, sosial budaya. Untuk mengetahui hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi kelangsungan hidup UKM perlu dilakukan analisis. Pendekatan analisis yang digunakan adalah teknik analisis spasial. Analisis spasial merupakan teknik analisis data yang bertujuan untuk mengidentifikasi determinan yang terkait dengan variabel terikat (dependen variabel) berdasarkan faktor spasial. Hasil teknik analisis spasial diharapkan dapat membentuk kelompok spasial tentang posisi geografis variabel independen yang terkait dengan persebaran UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar pada tahun 2022.

Berdasarkan hal di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Sebaran UMKM Di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar Tahun 2022”.

1.2 Perumusan Masalah

Persaingan bisnis yang semakin kompleks, usaha kecil perlu mendapatkan keunggulan atas pesaing mereka dan bisnis lainnya. Penetrasi pasar yang lemah dan kurangnya jangkauan pasar menjadi masalah mendasar bagi pemilik bisnis. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan masalah tersebut adalah :

1. Bagaimana karakteristik UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar?
2. Bagaimana pola sebaran UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar?

3. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui Karakteristik UMKM di kecamatan Colomadu kabupaten Karanganyar
2. Mengetahui pola distribusi yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar
3. Mengidentifikasi faktor yang berpengaruh keberlangsungan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1) Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi perkembangan keilmuan khususnya dalam kajian pola persebaran dan faktor yang berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar.

- 2) Praktis

Berguna sebagai masukan atau data evaluasi bagi instansi pemerintah khususnya dalam mengimplementasikan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar.

- 3) Penggunaan metodologis.

Memberikan nilai tambah yang kemudian dapat dibandingkan dengan penelitian ilmiah lainnya terutama yang mengkaji pola persebaran dan faktor yang berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar.

1.5 Kajian Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Kajian Pustaka

a. Pengertian Geografi

Geografi menelaah bumi dalam hubungannya dengan manusia. Arti geografi yang sebenarnya adalah uraian (grafien) artinya menguraikan atau melukiskan) tentang bumi (geos) dengan segenap isinya yakni manusia, yang kemudian ditambah lagi dengan dunia hewan dan dunia tumbuhan (Daldjoeni, 2014). Geografi merupakan suatu hubungan kausal gejala – gejala di muka bumi dan peritistiwa – peristiwa yang terjadi di muka bumi baik yang secara fisikal maupun yang menyangkut ke dalam makhluk hidup beserta permasalahannya, melalui pendekatan keruangan,

ekologikal dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan (Bintarto, 1987). Geografi adalah Ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan, kewilayahan, dalam konteks keruangan

Widodo (2001) menyatakan bahwa geografi adalah ilmu yang mengambil pendekatan holistik melalui studi spasial, regional, ekologi, dan sejarah untuk menggambarkan dan menganalisis struktur pola, fungsi, dan proses keterkaitan, dan keterkaitan serangkaian fenomena, penampilan atau peristiwa. kehidupan manusia (penduduk). Studi geografi yang dipakai dalam kajian ini adalah geografi industri sebagai berikut :

- Geografi Industri

Geografi industri bagian dari cabang dari geografi ekonomi. Geografi ekonomi adalah suatu sistem yang menggabungkan subsistem fisik dan subsistem manusia (Sumaatmadja, 1988). Subsistem fisik yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan suatu industri adalah penyusun tanah, sumber energi, bahan baku atau material, iklim, dan semua proses alam.

Subsistem manusia mencakup elemen tenaga kerja, kemampuan teknis, tradisi, kondisi politik, kondisi pemerintahan, transportasi dan komunikasi, konsumen, pasar, dan lainnya. Perpaduan semua komponen tersebut mendukung naik turunnya industri (Sumaatmadja, 1988).

b. Prinsip-prinsip Geografi

Prinsip Penyebaran Suatu gejala atau fenomena geografi yang secara fakta, baik terhadap dengan alamnya, maupun terkait dengan kemanusiaannya yang tersebar di permukaan bumi dan tersebar tidak merata dari suatu wilayah ke wilayah lainnya.

1) Prinsip Interelasi

Suatu gejala atau fenomena geografi yang memiliki hubungan dan tersebar dari satu wilayah terhadap wilayah lainnya baik secara hubungan antara faktor fisis dengan faktor fisis, faktor fisis dengan faktor manusia dan antara faktor manusia dengan faktor manusia.

2) Prinsip Deskripsi

Merupakan suatu prinsip dalam geografi dan studi geografi untuk dapat memberikan gambaran secara lebih jauh tentang gejala dan masalah yang dipelajari. Dalam prinsip ini tidak hanya dapat dilakukan

melalui kata-kata maupun peta, namun juga dapat dilaksanakan dengan menggunakan diagram, grafik, dan tabel.

3) Prinsip Korologi

Prinsip korologi meliputi gejala, fakta, dan masalah dalam geografi ditinjau dari penyebarannya, interelasinya, dan interaksinya dalam ruang tertentu. Faktor, sebab, dan akibat terjadinya suatu gejala dan masalah selalu dapat terjadi dan tidak dapat dipisahkan dari ruang yang saling berkaitan.

c. Pendekatan Geografi

Pendekatan Geografi menurut Keuning (2016) adalah :

1) Pendekatan Keruangan

Dalam geografi maupun studi geografi menganalisis suatu fenomena yang terjadi di geosfer dengan mempelajari faktor, sebab, akibat, penyebaran, interelasi dan interaksinya dalam suatu ruang tempat terjadinya gejala.

2) Pendekatan Kelingkungan / Ekologi

Geografi mempelajari suatu fenomena dalam geosfer dengan memperhatikan adanya interaksi antara suatu organisme hidup dengan lingkungannya. Selain itu geografi juga mengkaji dalam kelompok organisme beserta lingkungan hidupnya sebagai suatu kesatuan dalam ekosistem.

3) Pendekatan Kewilayahan

Dalam geografi mengkaji suatu fenomena geosfer dengan gabungan antara pendekatan keruangan dan pendekatan ekologi. Dengan memperhatikan adanya areal *indifferentation*, maka dimana interaksi wilayah akan selalu berkembang sehingga perkembangan suatu wilayah akan berbeda dengan wilayah lainnya.

d. Geografi Ekonomi

1) Konsep geografi ekonomi

Geografi ekonomi adalah sub-disiplin geografi manusia yang bidang kajiannya meliputi struktur spasial kegiatan ekonomi. Geografi ekonomi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dengan struktur kegiatan ekonomi yang digunakan kebutuhan ekologis ruang yang berbeda di permukaan bumi yang memiliki kondisi geografis yang berbeda. Geografis ekonomi dapat dibagi menjadi geografi sumber daya, geografi pertanian, geografi industri, geografi

ekonomi, geografi transportasi dan geografi komunikasi. Peran geografi ekonomi dalam mempelajari hubungan kegiatan ekonomi manusia dengan berbagai bidang dapat memberikan jawaban atas pertanyaan kunci yakni dimana kegiatan ekonomi dapat dilakukan, di mana kegiatan ekonomi berlangsung, mengapa melakukan kegiatan ekonomi? yaitu Kapan kegiatan ekonomi dilakukan?, Bagaimana kegiatan ekonomi dilakukan?

2) Lingkup Geografi Ekonomi

Penelitian geografi adalah studi spasial tentang gejala dan masalah kehidupan, ruang lingkup menitik beratkan pada tiga hal utama, yaitu : (1) distribusi dan hubungan manusia di bumi dan penampilan pemukiman dan budidaya daerah, (2) interaksi masyarakat manusia dengan lingkungan alam adalah studi diferensial regional dan (3) kerangka regional dan Analisis area individu. Berdasarkan tiga poin ruang lingkupnya dapat mencakup seluruh aspek kehidupan manusia terungkap. Seperti geografi, ruang lingkup studi ditinjau dari segi geografi ekonomi cukup luas, antara lain:

- a. Jumlah dan sebaran penduduk (*Number and distribution rakyat*)
- b. Peran entitas politik (*role of political entity*)
- c. Peran ekonomi (peran ekonomi)
- d. Peran lingkungan budaya (peran lingkungan budaya)
- e. Peran lingkungan alam
- f. Interaksi antara manusia, budaya dan alam (interaksi manusia, budaya dan alam)
- g. Lokasi, ukuran dan bentuk sumber daya (*location, size dan bentuk*)

Mempelajari geografi ekonomi sangat dibutuhkan bantuan dari ilmu-ilmu lain, baik ilmu alam maupun ilmu alam pengetahuan sosial Gejala manusia (manusia) yaitu salah satu topik penelitian geografi, khususnya geografi ekonomi, meliputi ekonomi, sosial, budaya, politik, Kependudukan, Antropologi dan Sejarah. (Rilanto, 2004).

3) Akses ke penelitian geografi ekonomi

Pembahasan tentang sikap belajar geografi ekonomi, tidak dapat dipisahkan dari pembahasan pendekatan geografi Pria tua Fokus pembahasan diarahkan Publikasi metode ilmiah dan analisis geografi dikenal sebagai metode dan analisis spasial. Bagaimana itu sudah disebutkan bahwa ruang lingkup studi geografi Dapat dikatakan bahwa

ekonomi sangat beragam. Cakupan Ini bukan hanya tentang materi pelajaran diselidiki tetapi mencakup masalah yang diselidiki. Faktor : Oleh karena itu, metode yang digunakan adalah pendekatan studi geografi dan penelitian geografi ekonomi tidak hanya digunakan dari sudut pandang Ruang, tetapi juga aspek atau sistem lainnya.

Pendekatan spasial adalah pendekatan tipikal geografi. Menerapkan pendekatan spasial dalam penelitian geografi yang sehat berdasarkan prinsip distribusi, hubungan, dan deskripsi. Mengenai pendekatan spasial yaitu Pendekatan subjek, pendekatan tindakan manusia dan pendekatan daerah Pendekatan ini digunakan dalam studi geografi ekonomi digunakan sebuah pendekatan yaitu :

- a. Pendekatan subjek (pendekatan tematik)
- b. pendekatan komoditas
- c. Pendekatan Aktivitas Manusia (Activity Approach)

yaitu Akses regional atau regional (akses regional) Secara teori, setiap pendekatan dapat dibedakan satu sama lain, tetapi dalam pelaksanaannya Pendekatan-pendekatan tersebut saling terkait atau saling melengkapi satu sama lainnya.

e. Kajian Geografi dan UMKM

Suharyono dan Moch. Amien (1994) mengungkapkan bahwa terdapat 5 konsep geografi. sebagai berikut :

1) Konsep tempat

Konsep tempat adalah konsep utama geografi yang menjadi ciri ilmu geografi dan merupakan jawaban atas pertanyaan geografi, atau “di mana”. Tempat umumnya dibagi menjadi dua wilayah: posisi absolut dan relatif. Posisi absolut adalah posisi tetap berdasarkan grid dan sistem koordinat. Tempat relatif bervariasi menurut lingkungan (Suharyono dan Moch. Amien, 1994). Konsep tempat yang terkait dengan survei ini adalah tempat survei di kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar.

2) Konsep jarak

Jarak berkaitan dengan kebutuhan dasar hidup, letak dan upaya menampung transportasi barang dan orang. Jarak sebagai pembatas antara dua lokasi dapat berubah seiring dengan kemajuan komunikasi dan transportasi (Suharyono dan Moch. Amien, 1994). Konsep jarak

dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jarak antar UMKM di kecamatan Colomadu kabupaten Karanganyar.

3) Konsep Interaksi/saling ketergantungan

Saling ketergantungan merupakan peristiwa yang mempengaruhi objek atau lokasi lain, dimana mengembangkan kemungkinan sumber daya dan kebutuhan yang belum tentu sama di daerah lain (Suhariono dan Moch. Amien, 1994). Konsep saling ketergantungan ini menggambarkan hubungan saling ketergantungan antara pengusaha dan konsumen di luar kawasan industri dari perspektif pemasaran.

4) Konsep Pola

Pola adalah bentuk, struktur, dan persebaran suatu fenomena atau peristiwa di permukaan bumi, baik yang di alam atau di masyarakat. Pola juga diartikan sebagai tatanan geometri yang biasa sebagai interaksi manusia dengan lingkungan. Konsep pola berkorelasi dengan pengetahuan UMKM bagaimana pola distribusi yang berkaitan dengan lokasi perusahaan dan distribusi pemasaran.

5) Konsep keterkaitan keruangan

Keterkaitan keruangan atau asosiasi keruangan menunjukkan keterkaitan sebaran suatu gejala dengan gejala lain di suatu tempat atau ruang, baik yang menyangkut kejadian alam, tumbuhan maupun kehidupan kemasyarakatan, (Amien, 1994). Konsep hubungan keruangan menunjukkan hubungan antara objek penelitian dengan lokasi lain, yaitu lokasi penjualan dan lokasi penyedia bahan baku.

f. Kajian Usaha kecil dan menengah (UMKM)

1) Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM merupakan satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah serta perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UMKM di Indonesia berkontribusi signifikan ketika krisis yang dialami pada periode 1998 sampai dengan 2000. UMKM di Indonesia telah mendapat perhatian dan pembinaan dari pemerintah dengan membuat portofolio kementerian yaitu Menteri Koperasi dan UKM (www.depkop.go.id diakses pada 10 Juni 2020).

Menurut Tambunan (2013: 2) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Sedangkan menurut Rudjito (2003) menjelaskan, usaha kecil dan menengah merupakan UKM yang menolong perekonomian Indonesia. Dikatakan menolong perekonomian Indonesia karena usaha mikro, kecil dan menengah akan membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak perusahaan.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah 20 orang merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam AUFAR (2014: 8) Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan

memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu.

- **Peran UMKM**

Negara-negara berkembang yang mulai mengubah orientasinya ketika melihat pengalaman-pengalaman dinegara-negara tentang peranan dan sumbangsih UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memainkan peran-peran penting didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di Negara-negara maju. Di Negara-negara maju, UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar. Di Negara-negara sedang berkembang, khususnya Asia, Afrika, dan Amerika Latin, UMKM juga berperan sangat penting khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Serta pembangunan ekonomi pedesaan (Tambunan, 2013: 1). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan Ekspor Non-Migas, khususnya produk-produk manufaktur, dan inovasi serta pengembangan teknologi, peran UMKM di Negara-negara sedang berkembang relative rendah, dan ini sebenarnya perbedaan yang paling mencolok dengan UMKM di Negara-negara maju.

- **Standar UMKM**

Sesuai peraturan perundang-undangan No. 20 Tahun 2008, standar usaha kecil dan menengah dibagi menjadi tiga :

1) Usaha Mikro

Perekonomian dihasilkan oleh badan usaha milik perseorangan atau badan niaga menurut standar usaha kecil dengan nilai bersih

50.000 rupiah Indonesia, kecuali tanah dan bangunan komersial yang jumlah penduduk tidak lebih dari empat orang.

2) Usaha Kecil

Perusahaan merupakan usaha perorangan dan bukan oleh badan komersial. Standar perusahaan kecil memiliki kekayaan bersih kurang dari Rp. 300.000/tahun dengan tenaga kerja 5 sd 19 orang.

3) Usaha Menengah

Bisnis yang dijalankan oleh perorangan dan bukan oleh badan komersial, standar untuk usaha kecil yang dijalankan sebagai usaha kecil apabila kekayaan bersih kurang dari 500 juta per tahun dengan jumlah karyawan 20 hingga 99 orang.

- **Klasifikasi UKM**

Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pembinaan Usaha Kecil, membagi 4 kategori pengembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia

1) *Livelihood activities*

Kegiatan mata pencaharian yaitu usaha kecil dan menengah yang dijadikan sebagai lapangan pekerjaan mata pencaharian, dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah penjual keliling, pedagang kaki lima.

2) Usaha Kecil, adalah usaha kecil dan menengah yang bersifat manual dan belum memiliki ciri kewirausahaan.

3) *Small dynamic enterprise*, adalah usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa wirausaha dalam subkontrak dan ekspor.

4) *Fast-moving project*, adalah perusahaan kecil dan menengah yang berjiwa wirausaha yang akan berubah menjadi perusahaan besar.

- **Karakteristik UKM**

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam undang-undang tersebut UMKM dijelaskan sebagai: “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”

Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001 mencirikan UMKM sebagai bidang atau jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan tentang bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah/usaha besar dengan ketentuan kemitraan sebagai berikut:

- 1) Barang atau *merchandise* yang berada di dalam toko dan bersifat tidak tetap dan dapat berubah-ubah setiap saat.
- 2) Lokasi usaha dapat berpindah sewaktu-waktu.
- 3) Usaha yang belum memiliki pembukuan keuangan dan masih menggabung antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.
- 4) karyawan atau tenaga kerjanya belum memiliki jiwa wirausaha yang *kredibel*.
- 5) Umumnya tidak berijin usaha yang resmi, termasuk NPWP.

Tabel 2. Karakteristik UMKM dan Usaha Besar

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti. b. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat. c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun. d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. e. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah. g. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank. h. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. i. Contoh: Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana. d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga. e. Sudah membuat neraca usaha. f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. g. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha. h. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. i. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti <i>business planning</i>. j. Contoh: Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya.

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. d. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. e. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan. f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik. g. Contoh: Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.
Usaha Besar	Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Sumber : Tambunan, 2013

Berdasarkan karakteristik tersebut dapat dijelaskan bahwa, usaha mikro memiliki ciri-ciri tidak memiliki sistem pembukuan, kesulitan untuk memperbesar skala usaha, usaha non ekspor impor serta masih memiliki modal yang terbatas. Usaha menengah memiliki ciri-ciri manajemen usaha sudah lebih modern serta melakukan sistem administrasi keuangan sekalipun dengan model yang sangat terbatas, selain itu tenaga kerja yang ada di dalam perusahaan dengan kriteria usaha menengah biasanya sudah mendapatkan jaminan kesehatan dan kerja. Sedangkan untuk perusahaannya sendiri maka minimal harus memiliki NPWP, izin tetangga dan legalitas yang lainnya.

Tabel 3. Kriteria UMKM & Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omzet
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp50 juta – Rp500 juta	>Rp300 juta –Rp2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp500 juta – Rp10 miliar	>Rp2,5 miliar– Rp50 miliar
Usaha Besar	>Rp10 miliar	>Rp50 miliar

Sumber : Peraturan Menteri No. 7 Tahun 2021

Berdasar tabel tersebut, yang membedakan UKM dan UMKM salah satunya Omzet. Omzet merupakan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan bisnis, baik dalam skala harian, bulanan, hingga tahunan. Semakin tinggi omzetnya, maka tentu akan semakin besar usahanya. Omzet ini akan terus dipantau, agar perusahaan dapat melihat bagaimana perkembangan bisnisnya. Dengan begitu, akan memudahkan dalam menyusun strategi agar dapat meraih keuntungan maksimal.

Berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021, Usaha mikro memiliki omzet atau hasil penjualan tahunan sampai dengan Rp2 miliar. Kemudian, usaha kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2 miliar sampai dengan Rp15 miliar. Usaha menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15 miliar sampai dengan Rp50 miliar.

- **Teori lokasi industri**

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (Spatial Order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Tujuan teori lokasi adalah melihat kedekatan atau jauhnya satu kegiatan dengan kegiatan lain dan apa dampaknya atas

kegiatan masing-masing karena lokasi yang berdekatan (berjauhan) tersebut (Tarigan, 2005, (A) :122).

Alfred Weber ahli ekonomi Jerman mendasarkan teorinya bahwa pemilihan lokasi didasarkan atas prinsip minimisasi biaya. Weber menyatakan bahwa lokasi setiap usaha tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja di mana penjumlahan keduanya harus minimum. Tempat di mana total biaya transportasi dan tenaga kerja yang minimum adalah identik dengan tingkat keuntungan yang maksimum. Dalam perumusan modelnya, Weber bertitik tolak pada asumsi bahwa :

- 1) Unit telaahan adalah suatu wilayah yang terisolasi, iklim yang homogen, konsumen terkonsentrasi pada beberapa pusat, dan kondisi pasar adalah persaingan sempurna;
- 2) Beberapa sumber daya alam seperti air, pasir, dan batu bata tersedia di manamana (ubiquitous) dalam jumlah yang memadai;
- 3) Material lainnya seperti bahan bakar mineral dan tambang tersedia secara sporadis dan hanya terjangkau pada beberapa tempat terbatas;
- 4) Tenaga kerja tidak ubiquitous (tidak menyebar secara merata) tetapi berkelompok pada beberapa lokasi dan dengan mobilitas yang tersebar.

Berdasarkan asumsi tersebut terdapat tiga faktor yang mempengaruhi lokasi usaha, yaitu biaya transportasi, upah tenaga kerja dan dampak aglomerasi atau deaglomerasi. Biaya transportasi dan biaya upah tenaga kerja merupakan faktor umum yang secara fundamental menentukan pola lokasi dalam kerangka geografis. Kekuatan aglomerasi dan deaglomerasi merupakan kekuatan lokal yang berpengaruh menciptakan konsentrasi atau pemencaran berbagai kegiatan dalam ruang (Tarigan, 2005, (A) : 140-141).

Biaya transportasi bertambah secara proporsional dengan jarak. Biaya transportasi dipengaruhi oleh berat lokasional. Berat lokasional adalah berat total semua barang berupa input yang harus diangkut ke tempat produksi untuk menghasilkan satu satuan output ditambah berat output yang akan dibawa ke pasar. Berat total itu terdiri dari satu satuan produk akhir ditambah semua berat input yang harus ke lokasi pabrik seperti bahan mentah, bahan setengah jadi, bahan penolong, dan lain-

lain yang diperlukan untuk menghasilkan satu satuan output. Lokasi biaya transportasi termurah adalah pada pertemuan dari berbagai arah tersebut.

Tempat penjual berpengaruh besar terhadap jumlah konsumen yang bisa diproses. Semakin jauh dari lokasi penjual, konsumen semakin malas membeli karena biaya transportasi menuju ke penjual semakin bertambah. Teori ini dirancang untuk mengidentifikasi pola di lokasi industri sehingga ditemukan kontinuitas keruangan antar lokasi. Pola teratur dapat ditemukan di lokasi industri yang tampaknya tidak teratur (Tarigan, 2012).

Biaya tenaga kerja adalah faktor kedua yang dapat memengaruhi lokasi usaha. Hal ini dapat terjadi apabila penghematan biaya tenaga kerja per unit produksi lebih besar daripada tambahan biaya transportasi per unit produksi karena berpindahnya lokasi ke dekat sumber tenaga kerja. Penggabungan kedua jenis biaya tersebut melahirkan pendekatan biaya terendah.

- **Kelangsungan bisnis**

Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha baru. Semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Persaingan usaha yang terjadi menuntut pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang beragam sekaligus efisien. Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu sistem untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibantu oleh alam dalam kurun waktu jangka panjang. Keberlangsungan usaha terdiri dari dua indikator yaitu, strategi promosi dan strategi kepuasan konsumen.

Verdu et.al (2015) menyatakan bahwa *sustainability*, yaitu terciptanya keunggulan kompetitif yang mencerminkan lingkungan eksternal serta kemampuan internal, dengan mengelola dinamika organisasi, seseorang dapat mencapai kesuksesan. Perusahaan atau agen ekonomi adalah organisasi yang dibangun dengan tujuan untuk mengoptimalkan kesejahteraan pemodal (*profitabilitas*), terpeliharanya kelangsungan usaha (*survival*) dalam persaingan. Tujuan kelangsungan usaha dapat diartikan sebagai memaksimalkan kesejahteraan entitas, dan prospek masa depan Prinsip kesinambungan bisnis mengasumsikan bahwa entitas bisnis akan terus beroperasi selama penyelesaian proyek,

perjanjian, dan kegiatan yang sedang berlangsung. Perencanaan kelangsungan bisnis bagi manajemen dan pemilik bisnis, sangat penting untuk memprediksi kemungkinan kebangkrutan., karena kebangkrutan menyangkut terjadinya biaya-biaya baik biaya langsung maupun tidak langsung.

Setiap pengusaha menginginkan ketenangan pikiran dan kelangsungan usaha. Hal ini dapat dicapai apabila lingkungan bisnis menerima dan mendukung keberadaan bisnis tersebut. Keberadaan usaha yang dapat diterima oleh lingkungan biasanya dapat memberikan manfaat bagi seluruh komponen masyarakat sekitar. Kelangsungan usaha, maksudnya adalah usaha yang dijalankan untuk jangka waktu yang panjang, bukan hanya sementara. Pemiliknya berharap bisnis yang didirikan akan terus eksis untuk waktu yang lama. Adapun kelangsungan hidup usaha kecil, ini merupakan kelemahan karena dalam kebanyakan kasus kelangsungan hidup atau umur usaha relatif pendek, meskipun ada yang sampai beberapa turunan. Hal ini disebabkan kepemimpinan pemilik sulit untuk diwariskan kepada keluarga, sehingga mengakibatkan kelangkaan sehingga perusahaan tidak dapat bertahan. Hal ini disebabkan juga akibat pemiliknya meninggal dunia sulit untuk mencari penggantinya. Hal tersebut sering terjadi dalam usaha kecil yang dikelola individu atau sebuah rumah tangga dalam keterbatasan mempertahankan kelangsungan usaha. Dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap, diartikan sebagai suatu bentuk kata kerja yang menggambarkan keadaan atau keadaan yang bertahan, dan proses yang terjadi dan pada akhirnya mengarah pada adanya atau kegigihan keadaan tersebut. Menurut Handayani, kelangsungan usaha adalah bentuk konsistensi dari suatu usaha, di mana keberlanjutan adalah proses bisnis yang berkelanjutan yang mencakup pertumbuhan, pengembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan bisnis, dan pengembangan bisnis, yang semuanya mengarah pada keberlanjutan dan eksistensi (ketahanan) usaha.

Sucipto (2011), menjelaskan bahwa ada beberapa jenis kelangsungan usaha, yaitu keberlanjutan permodalan, keberlanjutan sumber daya manusia, keberlanjutan produksi, dan keberlanjutan pemasaran, yang mengandalkan tiga kata kunci yang tersirat untuk

mendefinisikan kelangsungan usaha yaitu untuk memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya, dan melindungi sumber daya.

Berdasar uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kelangsungan usaha adalah keadaan suatu perusahaan yang masih beroperasi atau sedang berjalan untuk waktu yang tidak ditentukan sejak didirikan sampai dengan saat ini dan yang dapat mempertahankan operasi perusahaan dengan produk yang dihasilkan.

- **Faktor Pendukung dan Penghambat Keberlangsungan Usaha**

Faktor Pendukung Kelangsungan Usaha Istilah aset tidak berwujud, kekayaan pengetahuan, dan modal intelektual merupakan sumber penciptaan nilai non fisik. Sering digunakan untuk merujuk pada klaim keuntungan masa depan). Melalui inovasi dan penemuan, desain organisasi yang unik, dan praktik - praktik SDM. Letsa (2009) mengklaim dalam jurnalnya bahwa aset tidak berwujud dan pengelolaannya yang efektif adalah sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keberlanjutan adalah salah satu pilar terpenting dari perusahaan yang sukses saat ini. Suatu badan usaha bisa menciptakan nilai tertinggi bagi pelanggannya, untuk menjamin kelangsungan usaha harus memiliki empat aset nirwujud berikut :

1) Leadership

Pemimpin badan usaha yang baik perlu memiliki visi dan kemampuan yang jelas sehingga dapat memajemen sumber daya perusahaan serta membimbing ke tujuan yang dirancang oleh perusahaan

2) Pembaharuan

Tanpa pembaharuan yang berkelanjutan, keunggulan bersaing perusahaan tidak akan bertahan lama. Semua elemen organisasi perlu bekerja sama untuk menetapkan arah pertumbuhan bisnis agar tetap kompetitif.

3) Komitmen Karyawan

Tenaga kerja seharusnya memiliki komitmen yang kuat dapat menjadi daya saing yang tinggi bagi perusahaan.

4) Kepuasan Pelanggan

Badan usaha seharusnya menjaga hubungan dekat dengan pelanggannya, bukan hanya hubungan bisnis. Dengan cara ini,

perusahaan dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

- **Faktor penghambat kelangsungan bisnis**

Selain keberhasilan menjalankan bisnis, pengusaha juga selalu dibayangi oleh kemungkinan kegagalan menjalankan bisnis. Berhasil atau tidaknya seorang wirausahawan dalam mempertahankan usahanya sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan tersebut. Wartika (2013) mengutip pernyataan Zimmerer yang mengemukakan beberapa faktor yang dapat menyebabkan pengusaha gagal menjaga kelangsungan usaha. Artinya :

- 1) Tidak kompeten dalam hal manajemen. Ketidakmampuan atau kurangnya kemampuan dan pengetahuan untuk mengelola suatu usaha merupakan faktor utama yang menyebabkan usaha kurang berhasil.
- 2) Kurangnya pengalaman, baik dari segi technical skill, visualisasi proses bisnis, koordinasi dan manajemen sumber daya manusia, dan integrasi proses bisnis.
- 3) Kurangnya kontrol keuangan.
- 4) Rencana gagal. Perencanaan sangat penting untuk keberhasilan kegiatan. Jika tidak merencanakan dengan baik, akan kesulitan menindaklanjutinya.
- 5) Lokasi yang tidak tepat. Lokasi merupakan faktor penting dalam kesuksesan bisnis.
- 6) Tidak ada pemantauan peralatan. Direktur erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas.

Berikut ini adalah indikator kelangsungan usaha untuk dimensi ekonomi:

1) Indeks Keberlanjutan untuk Dimensi Ekonomi

Dimensi ini menunjukkan lima atribut yang menjadi sarana utama keberhasilan dalam dimensi ekonomi, antara lain: 1) stabilitas harga jual sehari-hari, 2) tersedianya tenaga kerja, 3) stabilitas permintaan produk UMKM, 4) dukungan pemerintah atau koperasi, 5) permodalan UMKM.

2) Faktor perkembangan industri kecil

Perkembangan industri kecil dibagi menjadi lima faktor, yaitu: (Hastuti, 2012)

- a) Modal Besarnya modal mempengaruhi bakpao daging yang dihasilkan saat memenuhi pesanan. Semakin banyak modal yang dimiliki pemilik bisnis, semakin besar peluang untuk memproduksi.
- b) Sarana dan Prasarana Sarana dan prasarana yang lebih modern memberikan hasil dan kualitas yang maksimal.
- c) Bahan baku yang murah dapat mengurangi biaya produksi, tetapi bahan baku berkualitas tinggi dapat menghasilkan bahan berkualitas tinggi.
- d) Organisasi pengusaha, organisasi ini dapat menyerap semua pengusaha sehingga memiliki tingkat keberhasilan yang sama.
- e) Sumber daya manusia dan pendidikan memainkan peran penting dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM). Staf yang profesional yang berkualitas menghasilkan produk berkualitas tinggi meningkatkan permintaan.

d. Persebaran

Persebaran UMKM dipengaruhi oleh penggunaan lahan, kondisi topografi, faktor elevasi dan aksesibilitas wilayah, kondisi sosial ekonomi penduduk, dan perubahan kelembagaan sosial ekonomi. Dalam perkembangannya memberikan dampak yang signifikan terhadap pola dan persebaran UMKM di wilayah tersebut. Lokasi yang digunakan sebagai usaha mereka dapat diartikan sebagai suatu tempat atau ruang atau kawasan di mana pelaku usaha terkonsentrasi serta menggunakan lingkungan setempat untuk menjalankan bisnisnya.

1.6 Penelitian Sebelumnya

Hani'ah (2018) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Model Distribusi Spasial Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sukoharjo". Survey ini menargetkan mengetahui pola distribusi UMKM di kabupaten Sukoharjo tahun 2013-2016. Analisis yang dipakai adalah metode analisis tetangga terdekat. Lokasi sampel berada pada radius 2 km dari pusat industri PT. Tyfontex Indonesia, PT. Delta Merlin Dunia Textile, dan PT. Sri Rejeki Isman Tbk, salah satu sentra industri di Sukoharjo. Metode analisis yang digunakan adalah analisis pola spasial sebaran usaha dengan menggunakan dua metode yaitu menghitung tetangga terdekat dengan skala T secara manual dan p-value (p-value) dan z-score secara otomatis. Hasilnya, sebaran usaha kecil di ketiga kawasan industri tersebut sebanyak 1.488 usaha kecil. Tyfontex

Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak yaitu 1043 perusahaan sedangkan pada PT. Sri Rejeki Isman Tbk total 407 dan PT. Delta Merlin Dunia Textil berjumlah 38 unit. Berdasarkan jenis usaha, sebagian besar usaha yang masuk dalam kategori usaha mikro (1.146 dari 2.648, atau 77%). Selain itu, terdapat 308 usaha atau 20,7% dengan usaha kecil, dan 34 usaha menengah atau 2,3% dengan ukuran lebih besar. Secara keseluruhan, pola sebaran spasial UMKM tampak mengelompok di setiap kawasan industri di sekitar jalan utama. Persamaan penelitian Haniah (2018) dengan penelitian ini adalah keduanya mempelajari subjek yang sama yaitu UKM, dan dilakukan melalui survei, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel, waktu dan tempat penelitian. variabel dalam studi Haniah (2018). Sebaran spasial dan lokasi penelitian berada di Sukoharjo, sedangkan pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi UMKM di Colomadu, Karanganyar .

Ika Afianita Suherningtyas melakukan penelitian pada tahun 2019 berjudul “Analisis Spasial Sebaran UKM di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi pengembangan UMKM di kabupaten Sleman dalam kaitannya dengan kondisi kependudukan guna mengetahui sebaran UMKM di kabupaten Sleman, dan menganalisis potensi pengembangan UMKM di kabupaten Sleman. melakukan. Penelitian menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder sejumlah UMKM di Kabupaten Sleman. Hasil klasifikasi diolah secara spasial menggunakan software ArcGIS dan menunjukkan bahwa tipe piramida penduduk di Kabupaten Sleman merupakan tipe ekspansif dengan kondisi usia terbanyak (termasuk pada kelompok usia produktif), potensi tersebut dapat dikembangkan melalui pelaksanaan kegiatan wirausaha untuk mengurangi pengangguran. UMKM yang paling melimpah adalah kelas menengah dengan nilai 41% Jumlah usaha kecil masih rendah dengan nilai 24%. Data analisis spasial sebaran UMKM di Kabupaten Sleman dapat digunakan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM. Kesamaan dengan penelitian ini adalah akan diulas secara bersama-sama sebaran UMKM, perbedaannya pada tempat dan waktu penelitian.

Umrotun tahun 2017 melakukan survei berjudul analisis spasial ekonomi kreatif berorientasi ekspor di Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keruangan peta geografis UKM ekonomi kreatif berorientasi ekspor di kota Surakarta. Metode yang digunakan adalah pengolahan data

kuantitatif dan spasial. Data sekunder berasal dari perdagangan dan UMKM serta Dinas Ekonomi Kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap kecamatan berpotensi menjadi UKM yang berorientasi ekspor, terdapat dua belas UKM ekonomi kreatif berorientasi ekspor yang kesemuanya berpotensi menjadi sentra dalam semangat konsep *One Village One Product*. Persamaan penelitian Umrotun 2017 dengan penelitian ini terletak pada kajian UMKM, perbedaannya penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penyebaran UMKM, serta tempat dan waktu yang berbeda.

Dwi Nur Ihsan, Lutfi Muta'ali 2014. Telah melakukan penelitian tentang sebaran spasial UKM Waralaba Pangan di Depok Kabupaten Sleman. Penelitian ini bertujuan mengetahui distribusi waralaba makanan di Kabupaten Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mentah kualitatif, data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan para pemangku kepentingan (*franchisor* dan konsumen). Lokasi gerai ditentukan dengan memplot berdasarkan data representatif yang sesuai dengan data observasi. Analisis deskriptif untuk menganalisis data yang diperoleh dalam bentuk deskripsi peta dan tabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi gerai waralaba bersifat kluster. Letak lokasi sangat dipengaruhi oleh tata guna lahan dari kawasan yang ditempatinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persebaran gerai waralaba umumnya mengelompok di kawasan dengan akses yang mudah serta terjangkau. Sebagian besar gerai waralaba menempati lahan yang sudah mapan dengan merek waralaba yang lebih besar.

Penelitian Yiyin Handayani (2019) dengan judul “Pola sebaran dan faktor yang berpengaruh terhadap keberlanjutan Industri Bakpao di Kabupaten Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Mojolaban”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik industri bakpao di kecamatan Sukoharjo dan Mojolaban kabupaten Sukoharjo, untuk mengetahui pola sebaran spasial industri bakpao di kecamatan Sukoharjo dan Mojolaban kabupaten Sukoharjo, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. yang mempengaruhi keberlangsungan industri bakpao di Sukoharjo dan Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan metode pengambilan sampel yaitu metode sensus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengusaha bakpao adalah laki-laki menikah usia produktif dengan status keseluruhan. Rata-rata pengusaha telah menjalankan bisnis selama 5 sampai 10 tahun dan dapat menghasilkan hingga 1.000 bakpao per hari. Distribusi. Pola persebaran

industri rumahan bakpao di kedua daerah penelitian adalah pola yang seragam (tersebar). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan industri perumahan kemasan adalah faktor produksi berupa bahan baku, modal, ketersediaan tenaga kerja, transportasi dan pemasaran. Untuk mengetahui lebih detail tentang penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 4. Ringkasan Penelitian Sebelumnya

Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Hani'ah	Analisis Pola Persebaran Spasial Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sukoharjo. 2018	Mengetahui struktur persebaran UMKM di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2013-2016.	Menggunakan T scale tetangga terdekat secara manual dan dengan p-value (p-value) dan z-score secara otomatis.	Pola sebaran ruang usaha kecil, baik melalui perhitungan manual maupun otomatis, membentuk pola mengelompok di setiap kawasan industri dengan sebaran di sekitar jalan utama.
Ika Afianita Suherningtyas	Analisis Spasial Persebaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Tahun 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi potensi pengembangan UMKM di Kabupaten Sleman terkait kondisi penduduk dan 2. Menganalisis persebaran UMKM di Kabupaten Sleman 3. Menganalisis pengembangan UMKM 	hasil klasifikasi, pengolahan data spasial menggunakan software ArcGIS.	<p>model tingkatan penduduk di Kabupaten Sleman adalah ekspansif, kondisi umur terbanyak (termasuk pada kelompok usia produksi.</p> <p>UKM terbanyak kelas menengah, dengan skor 41%. UKM terbanyak kategori rendah, skor 24%. UMKM.</p>

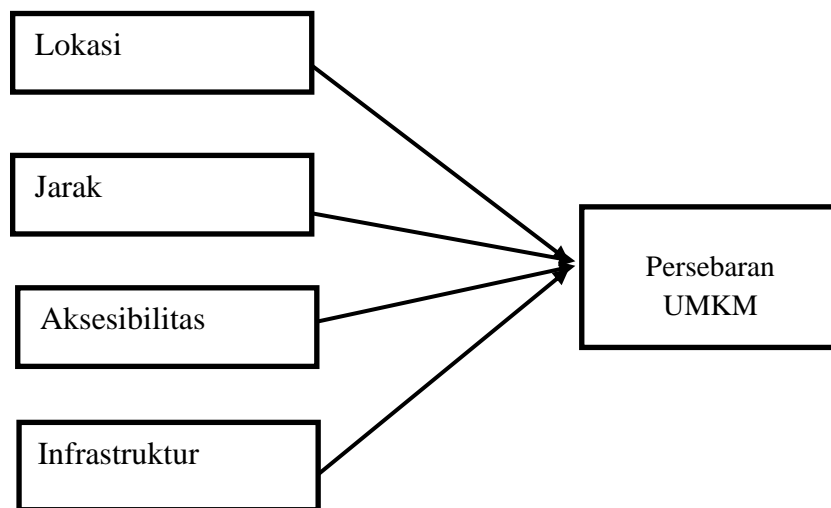
Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Umrotun.	Analisis Spasial Ekonomi Kreatif Berorientasi Ekspor Kota Surakarta. 2017.	Menganalisis keruangan peta geografis UKM dengan orientasi ekspor pada industri kreatif di Kota Surakarta.	Metode deskriptif kuantitatif dan pengolahan data spasial.	Setiap sub wilayah memiliki UKM yang orientasi ekspor. Terdapat dua belas (12) UKM ekonomi kreatif orientasi ekspor dan dapat dijadikan sentra sesuai konsep gerakan Satu Desa, Satu Produk.
Dwi Nur Ihsan, Luthfi Muta'ali.	Distribusi Spasial UKM Franchise Makanan Di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman. 2014.	Mengetahui sebaran spasial (distribusi teritorial) gerai makanan waralaba di wilayah Depok.	Analisis deskriptif, data yang diperoleh dalam bentuk deskripsi peta dan tabel.	Sebaran outlet waralaba polanya mengelompok. Letak lokasi berpengaruh terhadap tata guna lokasi dari kawasan yang ditempatinya. Persebaran gerai waralaba terkonsentrasi di wilayah dengan akses yang mudah dan terjangkau. Mayoritas toko waralaba berlokasi pada lahan yang dibangun. Merek waralaba besar adalah Indomaret dan Alfamart.

Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Yiyin Handayani	Pola distribusi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan home industri bakpao di kecamatan Sukoharjo dan kecamatan Mojolaban kabupaten Sukoharjo. 2019	Mengetahui karakteristik usaha rumahan, mengetahui pola sebaran spasial industri bakpao rumahan, mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kelangsungan bakpao rumahan di Kecamatan Sukoharjo dan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.	metode survei sampling adalah metode sensus.	Kebanyakan pengusaha bakpao adalah laki-laki Usia produktif yang sudah menikah. Rata-rata wiraswasta sudah menjalankan bisnis selama lima hingga sepuluh tahun dan mampu memproduksi hingga 1000 potong bakpao per hari. Model persebaran industri perumahan Baozi di kedua bidang penelitian tersebut merupakan pola yang dispersi. faktor yang mempengaruhi keberlangsungan industri rumahan bakpao adalah faktor produksi berupa bahan baku, modal, ketersediaan tenaga kerja, transportasi dan jangkauan pemasaran.

Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Adib Abdukhair	Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Sebaran Umkm di Kecamatan Colomadu Karanganyar Tahun 2020	Mengetahui arakteristik UMKM, pola distribusi yang mempengaruhi keberlangsungan, Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan UKM di Colomadu Karanganyar	Penelitian kuantitatif, metode pengambilan data dengan survey	Hasil yang diharapkan : Mengetahui karakteristik UMKM di Kecamatan Colomadu Katnganyar Mengetahui pola distribusi UKM Mengetahui factor yang mempengaruhi persebaran UKM di Colomadu

1.7 Kerangka Penelitian

UMKM saat ini memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Akibatnya, semakin banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) bermunculan di Colomadu Karanganyar. Keberadaan UMKM membuka peluang kepada sesama pelaku usaha untuk saling bersinergi. Hal ini tidak menutup kemungkinan dapat menjadi tantangan bagi eksistensi setiap industri untuk terus berkembang, selain dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat menunjang keberlangsungan suatu usaha, maka diperlukan suatu analisis untuk menjaga keberlangsungan suatu usaha. suatu industri, seperti penentuan lokasi, mempertimbangkan jarak antar UMKM. satu sama lain yang memiliki produk yang sama, menganalisis interaksi antar pelaku UMKM dan meningkatkan jangkauan pemasaran untuk menjaga kelangsungan usaha).



Gambar 1. Kerangka Konseptual