

### III. KERANGKA TEORITIS

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

Peranan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam penciptaan lapangan pekerjaan sangat besar karena jumlah usahanya yang banyak. Peranan UKM tersebut menuntut usaha ini tetap bertahan oleh karenanya perlu dilakukan suatu UKM agar tetap memberikan kontribusi bagi masyarakat. Di Indonesia banyak terdapat UKM. Peranan UKM yang penting ini seharusnya mendapatkan perhatian. Salah satu UKM tahu dan tempe yang merupakan olahan dari kedelai yang paling banyak dijumpai di Indonesia. Namun UKM tahu dan tempe belum begitu mendapat perhatian yang layak, jadi perlu adanya pengembangan dalam produksi UKM tahu dan tempe.

Suatu strategi tersebut perlu diketahui agar usaha kecil dan menengah (UKM) tahu dan tempe dapat menjadi usaha yang memiliki peranan yang cukup besar bagi perekonomian suatu negara. Di Dusun Rukem Desa Bayem terdapat sebuah UKM tahu dan tempe yang menampung 9 orang produsen tahu dan 2 orang produsen tempe. Di dalam UKM tahu dan tempe tersebut para produsen bekerjasama untuk memproduksi tahu dan tempe yang merupakan makanan yang sangat sering dijumpai di negara Indonesia. Untuk meningkatkan usahanya UKM tahu dan tempe yang ada di Dusun Rukem ini perlu mengetahui dan menerapkan strategi-strategi usaha yang tepat guna untuk mengembangkan usaha tahu dan tempe yang dikelola oleh seluruh produsen tahu dan tempe yang tergabung dalam UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem Desa Bayem.

UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem sudah berdiri sejak tahun 1990, hal ini berarti UKM tahu dan tempe tersebut sudah berdiri sejak 24 tahun yang lalu sampai sekarang. Dalam suatu usaha strategi yang menjadi kemampuan berdaya saing di suatu usaha pasti diperlukan. Strategi usaha dibuat agar tujuan suatu perusahaan dapat terwujud. Salah satu tujuan perusahaan adalah berprioritas kepada keuntungan. Begitu pula dengan para produsen tahu dan tempe yang tergabung dalam UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem tersebut. Dengan adanya strategi usaha dan dengan pengusaha-pengusaha yang sudah berpengalaman selama 24 tahun, maka penelitian ini akan mengidentifikasi strategi-strategi yang

dilakukan oleh para produsen tahu dan tempe yang etrgabung di dalam UKM tahu dan tempe.

Potensi yang ada di dalam usaha kecil dan menengah (UKM) tahu dan tempe ini sangatlah beragam mulai dari potensi tenaga kerja atau sumberdaya manusia, pengalaman pengusaha, kondisi lingkungan yang mendukung proses produksi, kualitas bahan baku yang terjamin, teknologi sederhana dan turun temurun seharusnya dapat digunakan untuk strategi UKM tahu dan tempe agar dapat bersaing di dalam segala bidang sehingga potensi-potensi yang ada tersebut dapat dikembangkan dan menjadi suatu ciri bagi suatu UKM tahu dan tempe. Dari potensi-potensi tersebut diharapkan dapat menjadi suatu harapan yang dapat dikembangkan oleh para pengusaha di bidang UKM tahu dan tempe.

Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) tahu dan tempe menganalisis mengenai strategi yang efektif terkait dengan pengembangan UKM tahu dan tempe. Tahapan analisisnya adalah menggunakan metode analisis biaya seperti analisis biaya produksi, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usaha untuk mengetahui kondisi keuangan para produsen tahu dan tempe yang tergabung di dalam UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem. Analisis dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) diharapkan juga dapat meningkatkan pengembangan produksi tahu dan tempe oleh para produsen tahu dan tempe di usaha kecil dan menengah (UKM) tersebut. Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat dilihat pada skema 2.



### 3.2 Batasan Masalah

Untuk mempersempit ruang lingkup penelitian, maka dilakukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah yang diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Produk yang diteliti pada penelitian ini adalah produk tahu dan tempe.
2. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian mengenai strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh para produsen yang tergabung di dalam UKM tahu dan tempe.
3. Penelitian ini hanya terbatas untuk mengetahui keuntungan hasil dari produksi tahu dan tempe di UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem, Desa Bayem, Kecamatan Kasembon.
4. Penelitian hanya akan sampai pada penentuan alternatif strategi yang diterapkan oleh usaha kecil dan menengah UKM tahu dan tempe, sedangkan untuk tahap implementasi dan evaluasi strategi merupakan wewenang usaha kecil dan menengah UKM tahu dan tempe di Dusun Rukem, Desa Bayem, Kecamatan Kasembon.
5. Alternatif yang digunakan dalam penelitian ini sebatas empat alternatif yakni pengembangan usaha, peningkatan kualitas produsen, kepuasan konsumen dan peningkatan profitabilitas.
6. Penelitian ini tidak menggunakan sub kriteria dan kriteria pada alternatif strategi pengembangan yang dilakukan oleh para produsen yang tergabung didalam UKM tahu dan tempe.

### 3.3 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Deskripsi mengenai operasional variabel dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Usaha kecil dan menengah adalah unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi untuk menghasilkan barang dan jasa dengan skala usaha yang kecil dari skala rumah tangga sampai skala menengah.

2. Strategi adalah suatu taktik yang digunakan oleh perusahaan untuk mempertahankan produk atau jasa yang diproduksinya sehingga produk atau jasa tersebut mampu bersaing di pasar.
3. Pengembangan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memperbesar usaha untuk meningkatkan keuntungan.
4. Strategi pengembangan adalah hasil dari penelitian yang menyebutkan langkah strategis yang perlu di ambil oleh pihak-pihak terkait untuk mengembangkan usaha kecil menengah tahu dan tempe.
5. Konsep biaya adalah setiap pengorbanan untuk menghasilkan sesuatu baik yang berwujud uang maupun bukan.
6. Biaya tetap atau *fixed cost* ialah jenis biaya yang besarnya tidak berubah meskipun jumlah outputnya berubah (Rp).
7. Biaya variabel atau *variabel cost* ialah jenis biaya yang besarnya berubah mengikuti perubahan jumlah output (Rp).
8. Biaya total atau *total cost* ialah total keseluruhan biaya produksi. Biaya total dapat diperoleh dari biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel (Rp).
9. Penerimaan adalah jumlah total yang diterima perusahaan dari penjualan produknya (Rp).
10. Keuntungan usaha adalah hasil dari penerimaan yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi (Rp).

