

**Analisis Strategi Pengembangan UMKM Melati
Putih Dalam Meningkatkan Nilai Tambah
Pada Produk Jagung Semarang Di Desa Motong
Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh

OLIVIA APRILLIA

NIM. 2020B1C080

KONSENTRASI ENTREPRENEUR

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELATI PUTIH DALAM MENINGKATKAN NLAI TAMBAH PADA JAGUNG SEMARANG DI DESA MOTONG KECAMATAN UTAN KABUPATEN SUMBAWA

Oleh;

OLIVIA APRILLIA


Untuk Memenuhi Ujian Akhir
Pada Tanggal 07 Februari 2024

Menyetujui

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak

NIDN: 0807058301


Alfian Eikman, S.Sos., MA

NIDN: 0803048303

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Lulu Hendra Maniza S.Sos., MM.

NIDN: 0828108404

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah Skripsi ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Mataram, 07 Februari 2024
Mahasiswa



OLIVIA APRILLIA
2020B1C080



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : OLIVIA APRILLIA
 NIM : 2020B1C080
 Tempat/Tgl Lahir : Utan, 28 April 2002
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 No. Hp : 087 863 715 490
 Email : aprilia0095@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Analisis strategi Pengembangan UMKM Meleati Putih Dalam meningkatkan nilai Tambah Pada produk jagung semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sambawa

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 42%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

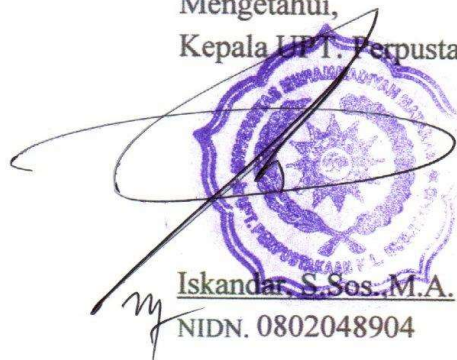
Mataram, 10 Maret2024

Penulis



Olivia Aprilia
 NIM. 2020B1C080

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar S. Sos. M.A.
 NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : OLIVIA APRILLIA
 NIM : 2020B1C080
 Tempat/Tgl Lahir : Utan, 28 April 2002
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 No. Hp/Email : 087 863 745 490
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

.....
 Analisis Strategi Pengembangan UMKM Melalui PUKTI Dalam
 Meningkatkan Nilai Tambah Pada Produk Jagung Samarang
 di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, .. 6 Maret2024
 Penulis



Olivia Aprilla
 NIM. 2020B1C080

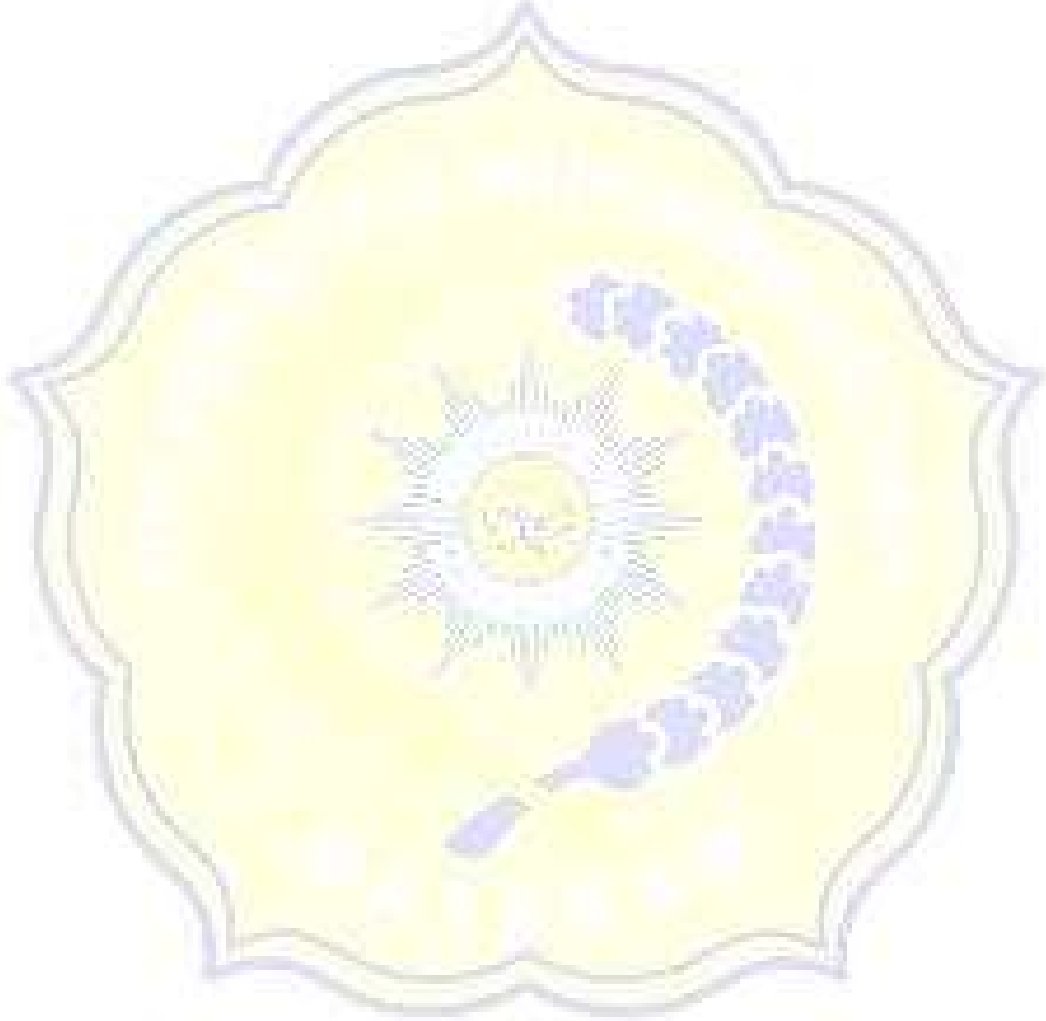
Mengetahui,
 Kepala UPT, Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO

“Percayalah setiap doa yang kau lagitkan disetiap sujudmu dengan penuh keyakinan dan harapan maka doa itu akan kembali dengan membawa hasil yang baik menurut sang pencipta untuk mu apalagi doa ibu”.



PERSEMBAHAN

Untuk persembahan dalam hal ini penulis persembahkan kepada semua yang memberikan semangat, perhatian dan kasih sayang kepada penulis.

1. Untuk yang pertama dan utama adalah kedua orang tua saya. Surga bagi saya Ibu Habibah dan cinta pertama saya Bapak Muhammad. Untuk ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan semangat serta doa disetiap sujudnya saya banyak-banyak bersyukur mendapatkan semuanya. Untuk bapak saya terimakasih banyak atas kesempatan yang diberikan kepada saya dalam menempuh pendidikan sampai sejauh ini, kasih sayang, semangat dan kerja keras yang dihasilkan dari keringatnya demi pendidikan anak perempuan satu-satunya. Untuk setiap pencapaian ini saya persembahkan untuk Ibu dan Bapak saya dengan rasa hormat dan cinta saya persembahkan setiap langkah kesuksesan ini, kalian adalah sumber inspirasi sejati dalam hidup saya. Terimakasih banyak atas semuanya.
2. Kepada kakak saya Didi Rizaldi dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, saya persembahkan Langkah ini sebagai ucapan terimakasih atas inpirasimu. Dengan kebijaksanaan dan dukunganmu, engkau telah membimbingku memalu perjalan hidupmu.terimakasih banyak.

3. Tidak lupa kepada pemilik Badge Number NB 2628 ucapan terimakasih banyak atas dukungan, cinta, dan kasih sayang kepada saya.
4. Untuk teman terbaik saya yang selalu ada di setiap cerita hidup saya, persembahkan untuk setiap tawa, tangis, dan kenangan indah sebagai tanda terimakasih saya. Bersama kalian, hidup saya menjadi berwarna dan terimakasih banyak karena setiap pertualangan bersama kalian adalah anugrah tak ternilai.
5. Dan untuk yang terakhir persembahkan ini untuk diri saya sendiri Olivia Aprillia dengan nama yang cantik dari Ibu saya. Persembahkan untuk diri saya atas sudah kuat selama ini hingga bisa tetap bertahan sampai saat ini meski untuk sampai ke titik ini penuh pengorbanan dan air mata. Kepada diri saya sendiri kuatlah untuk orang yang kamu cintai walupun mereka sudah tidak satu lagi, kuatlah untuk semua yang kau impikan dan semua harapan untuk dirimu. Terimakasih untuk diri sendiri

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji Syukur kepada Allah SWT karena dengan hidayah dan inayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Nilai Tambah pada Produk Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa” dapat terselsaikan dengan baik.

Selama penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak mungkin terselsaikan tanpa petunjuk, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Drs.Abdul Wahab, MA., Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menempuh studi srata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Dr.H. Muhammad Ali, M.S i., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram yang memberikan motivasi kepada peneliti dalam penyusunan proposal.
3. Lalu Hendra Maniza,S.Sos.,MM., Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang memberikan motivasi dan mendukung peneliti dalam penyusunan proposal.

4. Baiq Reinelda Yunarni, S.E.,M.Ak., Dosen Pembimbing I yang selalau mendukung dan memberikan arahan selama penyusunan proposal.
5. Alfian Eikman, S. Sos., MA., Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan nasihat dan bantuan selama penyusunan proposal.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan juga kesempatan belajar yang baik sehingga tercapainya studi penulis.
7. Teman-teman mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti, sehingga proposal ini dapaat terselesaikan dengan baik.

Demikian terimakasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu terselsainya proposal ini. Semoga bantuan semua pihak dapat menjadi amal baik yang diterima oleh Allah SWT. Dalam penyusunan proposal ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan dari semua pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal ini. Namun demikian, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan.

Mataram, November 2023

Olivia Aprillia

2020B1C080

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELATI
PUTIH DALAM MENINGKATKAN NILAI TAMBAH PADA
PRODUK JAGUNG SEMARANG DI DESA MOTONG
KECAMAYATAN UTAN KABUPATEN SUMBAWA**

OLIVIA APRILLIA

ABSTRAK

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki potensi usaha yang cukup baik dimana semakin berkembang UMKM maka tingkat penyerapan tenaga kerja juga meningkat. UMKM jagung semarang yang berada di desa motong kecamatan utan kabupaten sumbawa. Adapun penelitian ini yang bertujuan menganalisis mengenai Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Nilai Tambah. Dengan metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang sebenarnya di lapangan mengenai analisis strategi pengembangan umkm dalam meningkatkan nilai tambah pada produk jagung semarang. Teknik pengambilan data yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Kesimpulan dari hasil penelitian ini mendapatkan strategi yang didapat dari analisis SWOT yaitu : 1) Strategi yang efektif dapat melibatkan penguatan pada kualitas produk dengan fokus pada keunggulan bahan baku utama, seperti jagung ketan dan ciri khas dari jagung semarang dapat memperkuat citra merek dan memperluas pangsa pasar. (S1-O1) 2) Penguatan interaksi positif dengan pelanggan melalui layanan pelanggan yang unggul dapat meningkatkan loyalitas, seiring dengan itu ekspansi ke pasar yang belum tergarap dapat dilakukan melalui pemasaran yang cermat dan adaptasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang baru.(S3-O2)

Kata kunci: Strategi Pengembangan UMKM, Nilai Tambah, SWOT

**ANALYSIS OF MSME WHITE JASMINE DEVELOPMENT STRATEGIES IN
INCREASING ADDED VALUE IN SEMARANG CORN PRODUCTS IN
MOTONG VILLAGE, UTAN REGENCY SUMBAWA DISTRICT**

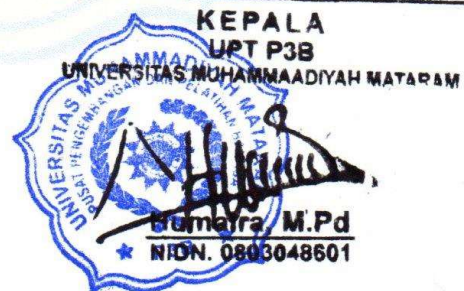
OLIVIA APRILLIA

ABSTRACT

MSMEs are a business sector with good business potential, and the more developed MSMEs are, the higher the level of employment will also be. Semarang corn MSMEs located in motong village, utan sub-district, sumbawa district. This research aims to analyze the MSME Development Strategy to Increase Added Value. This research method uses qualitative methods. This research aims to provide a true picture in the field regarding the analysis of MSME development strategies for increasing added value in Semarang corn products. The data collection techniques researchers use are observation, interviews, and documentation. The conclusion of the results of this study obtained a strategy obtained from SWOT analysis, namely: 1) An effective strategy can involve strengthening product quality by focusing on the advantages of the main raw materials, such as glutinous corn, and the characteristics of Semarang corn can strengthen brand image and expand market share. (S1-O1) 2) Strengthening positive interactions with customers through superior customer service can increase loyalty while expanding into untapped markets can be done through careful marketing and product adaptation to meet new market needs (S3-O2)

Keywords: MSME Development Strategy, Added Value, SWOT

**MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM**



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PALGIARISME	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Strategi Pengembangan UMKM.....	12
2.2.2 Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).....	23
2.2.3 Jagung Semarang	26
2.2.4 Nilai Tambah.....	27
2.2.5 Rantai Nilai	28
2.2.6 Analisis SWOT	30
2.3 Kerangka Berfikir.....	33

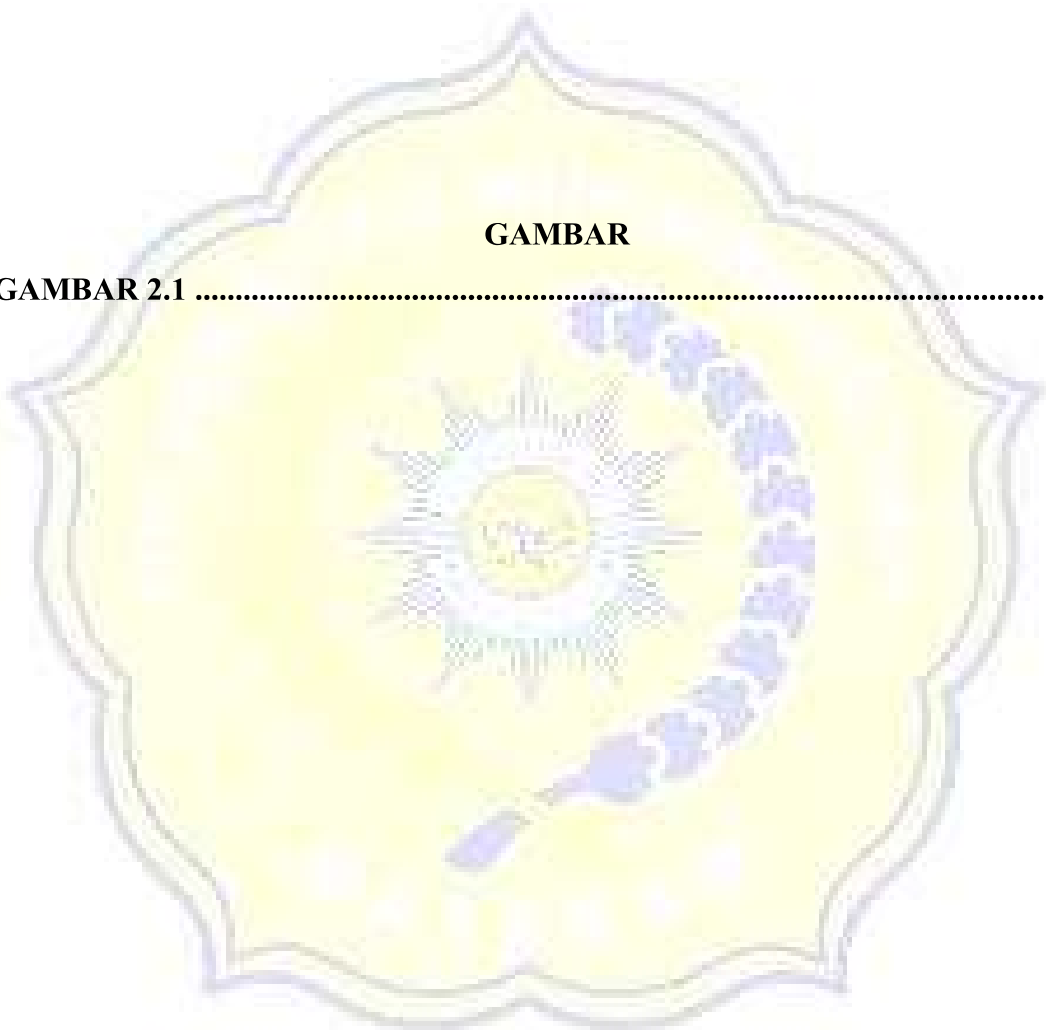
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Penentuan Informan	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Metode Analisis Data.....	37
3.7 Teknik Uji Kredibilitas Data.....	40
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum UMKM Jagung Semarang Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa.....	42
4.1.1 Sejarah UMKM Jagung Semarang	42
4.1.2 Letak Geografis UMKM Jagung Semarang.....	43
4.1.3 Bahan Baku Pembuatan Jagung Semarang.....	43
4.1.4 Proses Produksi Jagung Semarang.....	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Perencanaan Pengembangan Usaha Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa	45
4.2.2 Analisis SWOT strategi Pengembangan UMKM Jagung Semarang Di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa	49
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Nilai Tambah pada Produk Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN-LAMIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 4.150

GAMBAR

GAMBAR 2.131



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan kebutuhan penting di setiap negara karena meningkatnya kebutuhan ekonomi mencerminkan kesejahteraan, terlihat dari peningkatan output perkapita dan daya beli masyarakat meningkat. Pertumbuhan ekonomi memungkinkan sebuah negara untuk memperbaiki kondisi perekonomiannya selama periode tertentu, tercermin dalam perkembangan sektor ekonomi masyarakat dan pertumbuhan sosial yang dapat diamati melalui peningkatan jumlah imbalan sehubungan dengan pemanfaatan elemen produksi dari tahun ke tahun. (Faozi, 2018)

Salah satu faktor yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM merupakan sektor usaha yang dapat tumbuh dan konsisten dalam perekonomian Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dianggap sebagai platform yang efektif untuk menciptakan peluang pekerjaan produktif. Keunggulan UMKM terletak pada sifatnya yang padat karya, tidak membutuhkan persyaratan khusus seperti tingkat pendidikan, atau keahlian tertentu, dan penggunaan teknologi yang cenderung sederhana (Jepri dan Ibrohim, 2021)

Menurut Hartanto (2021) dalam Rohmah (2022) menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta

memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap APBD, setara dengan 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Kunci dari UMKM yang akan mampu bertahan dan bersaing adalah Ketika UMKM tersebut mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Keberhasilan sangat tergantung pada konsep dan perancangan strategis di tingkat tertentu. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan memajukan sektor bisnis di Indonesia, diperlukan usaha untuk mengembangkan UMKM. Ada tiga alasan yang mendasari mengapa UMKM sangat penting bagi perekonomian negara berkembang seperti Indonesia, yaitu yang pertama Kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif, yang kedua sebagai bagian dari dinamikannya, UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui inovasi dan perubahan teknologi, yang ketiga karena sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.

Menurut Bustam (2016) dalam Sinuraya (2020), Secara tidak langsung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu memperluas basis ekonomi dan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat Pembangunan struktural, yaitu meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Singkatnya, UMKM merupakan

sektor usaha yang memiliki potensi usaha yang cukup baik dimana semakin berkembang UMKM maka tingkat penyerapan tenaga kerja juga meningkat.

Strategi pengembangan bisnis adalah sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas Perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis atau mencapai kesuksesan bisnis. Dalam rangka mengembangkan bisnis secara berkelanjutan, suatu perusahaan atau bisnis rumahan harus terus menerus melakukan penilaian atas strategi bisnis yang dijalankan. Analisis strategi bisnis merupakan Langkah-langkah penting dalam merancang model bisnis yang dapat bertahan lama, sehingga berdampak pada hidup perusahaan yang berlangsung lama pula (Teece, 2010).

Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di kabupaten sumbawa cukup melimpah. Saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) baik yang berfokus pada ekonomi kreatif maupun non kreatif mendominasi sebagai pelaku usaha utama dengan produk yang memiliki potensi besar. Oleh karena itu, UMKM memerlukan strategi yang tepat, salah satunya menjaga ketertiban pembukuan usaha. Penting untuk mendokumentasikan secara cermat selurus transaksi keuangan, termasuk pemasukan, pengeluaran, dan transaksi lainnya.

Dengan kemajuan zaman dan teknologi, hal-hal tradisional tidak selalu dilupakan atau terpinggirkan. Contohnya berbagai jenis makanan tradisional kini menalami kebangkitan popularitas. Variasi cemilan ini tidak hanya dinikmati sebagai cemilan ataupun penghibur saat bersantai dirumah,

melainkan terdapat situasi dimana makanan tradisional tersebut dapat menjadi bagian dari hidangan saat menerima tamu atau menjamu keluarga. Salah satu contoh makan tradisional yang memiliki cita rasa gurih dan renyah adalah jagung goreng atau jagung semarang yang disiapkan melalui tahapan perebusan, pengeringan, dan penggorengan.

Pemilik bisnis rumahan merupakan peluang bisnis yang bermunculan semakin populer di era saat ini, dimana lapangan kerja semakin terbatas. Jenis usaha ini dapat dioperasikan dari rumah memungkinkan pemilik usaha selalu mengawasinya. Usaha kecil ini umumnya dikelola oleh individu yang memiliki hubungan erat satu sama lain. Modal yang dibutuhkan untuk usaha ini sangat kecil, dan penggunaan alat masih bersifat manual. Usaha ini memberikan peluang finansial dan penghasilan bagi keluarga. Usaha dibidang makanan terutama di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa, merupakan salah satu pilihan yang dinikmati oleh pengusaha dan Masyarakat.

Desa Motong yang terletak di Kecamatan Utan, Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia, termasuk salah satu dari 9 (Sembilan) di kecamatan tersebut. Desa ini memiliki beragam komoditas yang sangat potensial, dan salah satunya adalah jagung. Jagung dipilih sebagai basis dalam merumuskan kompetensi inti industri daerah, pemilihan komoditas unggulan didasarkan pada data sekunder seperti luas lahan produksi, tenaga kerja yang terlibat, serta pendukung lainnya.

Jagung merupakan salah satu bahan makan utama di berbagai belahan dunia. Berkat kandungan karbohidratnya yang tinggi. Selain sebagai makanan

pokok manusia, jagung memiliki peran penting dalam pakan ternak, minyak goreng, pati jagung, serta dalam industri kimia, kosmetik dan farmasi, digunakan sebagai bahan baku. Jagung dapat diolah dengan berbagai cara termasuk direbus, dipanggang, dibuat menjadi tepung jagung, sirup jagung, sereal jagung, dan sayur. Selain itu, jagung juga dapat dijadikan bahan dasar untuk makanan dengan nilai tambah, meskipun saat ini telah banyak diolah menjadi makanan ringan seperti jagung semarang.

Dalam perkembangan suatu Usaha Kecil dan Menengah berbagai tantangan dapat muncul, dan Tingkat kesulitannya bervariasi antar daerah. Meskipun demikian, ada beberapa isu umum yang dihadapi, termasuk kendala dalam pemasaran, distribusi, dan pengadaan bahan baku, peluang pasar dan keterbatasan sumber daya manusia dengan keahlian tinggi.

Permasalahan ini mengakibatkan lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan penetrasi pasar dan diversifikasi pasar, skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya, margin keuntungan sangat kecil, dan lebih jauh lagi UMKM tidak memiliki keunggulan kompetitif. Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka dibutuhkan suatu strategi pengembangan UMKM, agar perkembangan UMKM dapat berjalan dengan cepat, permasalahan yang dihadapi UMKM dapat direduksi, dan UMKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif (Hafsah, 2004).

Dengan keberadaan UMKM produk jagung semarang, produk ini akan mendapatkan pengakuan ditengah masyarakat berkat kualitas dan cita rasa

yang unik. Meskipun saat ini usaha jagung semarang masih berskala kecil. Strategi yang efektif diperlukan untuk mengembangkan usaha ini menjadi lebih besar. Pengusaha jagung semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa menghadapi beberapa masalah, termasuk keterbatasan bahan baku, harga bahan baku yang tidak menetap, dan rendahnya mutu kualitas bahan baku. Selain itu pengusaha jagung semarang masih menggunakan metode pengolahan manual. Jagung semarang ini juga sudah ada sejak lama tetapi usahanya masih tetap seperti dulu belum ada peningkatan atau usahanya masih kecil dan penjualannya masih di sekitar desa dan kematan sumbawa.

Berdasarkan uraian diatas bahwa pada saat ini usaha yang di pedesaan terutama di desa motong kecamatan utan kabupaten sumbawa menarik untuk diteliti. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian mengenai **“Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Nilai Tambah Pada Produk Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa.**

1.2 Rumusan Masalah

Dari konteks sebelumnya, masalah yang teridentifikasi adalah “Bagaimana Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Nilai Tambah Pada Produk Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Nilai Tambah Pada Produk Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah khasanah ilmu pengetahuan terkait analisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan nilai tambah pada produk jagung semarang di desa motong kecamatan utan kabupaten sumbawa. Dan manfaatnya bagi pelaku usaha tersebut serta mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menggali pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang diharapkan berguna baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

b. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan analisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan nilai tambah pada produk jagung semarang di desa motong kecamatan utan kabupaten sumbawa

c. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan tentang bagaimana Strategi Pengembangan UMKM dalam meningkatkan nilai tambah produk agar usaha-usaha kecil dapat berkembang dan meningkat di setiap wilayah di Indonesia terutama di sumbawa tempat peneliti melakukan penelitiannya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Alyas dan Muhammad Rakib, jurnal “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros”. Dalam jurnal “Sosiohumaniora, Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 – 120”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti	Persamaan: Menggunakan metode analisis SWOT. Perbedaan: Lokasi penelitian dan objek yang diteliti.

		<p>Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT.</p>	
2.	<p>Ayu Nurfitia Daniatun, (2018) "Strategi pengembangan UMKM Industri Keramik PurwarejaKlampok Kabupaten Banjarnegara</p>	<p>Dengan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh industri keramik ini, baik internal maupun eksternal, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri keramik Purwareja-Klampok yang dapat digunakan yaitu mengembangkan keahlian para pengrajin pemula melalui pelatihan, mengembangkan pelayanan melalui kartu IUMK (Izin Usaha Mikro</p>	<p>Persamaan: Menggunakan metode analisis SWOT</p> <p>Perbedaan: Lokasi penelitian dan objek penelitian.</p>

		<p>Kecil), mengembangkan produk kerajinan keramik dengan ciri khasnya yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten, memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan melakukan penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan kualitas, variasi, serta inovasi produk keramik.</p>	
3.	<p>Syaifudin (2022), "Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Gresik Jawa Timur (Studi Pada UD Nur Rohmah Di Desa Sidowungu,</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi pengembangan pasar menggunakan analisis SWOT UD. Nur Rohmah Pelanggannya bertambah</p>	<p>Persamaan: Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif dimana penulis menggunakan analisis SWOT. Perbedaan: Lokasi</p>

	Menganti, Gresik, Jawa Timur)	dan dapat membuka cabang baru untuk memperluas pangsa pasarnya sesuai dengan visinya.	penelitian dan objek penelitian.
--	-------------------------------------	---	--

2.2 Landasan Teori

Sebagaimana diketahui bahwa landasan teori merupakan salah satu instrument penting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teori dan konsep yang digunakan agar lebih mudah dalam memahami penelitian ini lebih lanjut yaitu Strategi Pengembangan UMKM, Definisi UMKM, Jagung Semarang, Nilai Tambah, Rantai Nilai dan Analisis SWOT.

2.2.1 Strategi Pengembangan UMKM

a. Strategi

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratagos = militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau segala sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum, strategi dapat dimaknai metode untuk mencapai target atau rencana jangka panjang dalam mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana aksi

yang akan diambil untuk mencapai keunggulan dalam suatu kompetensi di pasar atau dalam suatu aktivitas.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan organisasi mengenai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya menurut Chandler (2002) dalam Pitoy (2016). Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi adalah rencana tindakan yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan banyak sumber daya perusahaan untuk dieksekusi. Strategi berdampak pada umur jangka panjang organisasi. Strategi memiliki konsep multi fungsi atau multi sektor dan perumusannya harus mempertimbangkan faktor internal atau eksternal.

Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan konsep 5P yang sejalan dengan strategi, yakni Plan, Patern, Position, Perspective dan Play.

1) Strategi sebagai Perencanaan (*Plan*)

Strategi diartikan sebagai perencanaan, mencakup tindakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan dimasa depan. Namun, strategi tidak hanya terbatas pada perencanaan kedepan, tetapi juga mencakup semua Tindakan yang telah dilaksanakan.

2) Strategi sebagai Pola (*Patern*)

Mintzberg menekankan bahwa strategi adalah pola (*pattern*). *Intended strategy* adalah rencana yang belum dilaksanakan dan memiliki orientasi ke masa yang akan datang.

3) Strategi sebagai posisi (*Position*)

Strategi adalah posisi, mengajarkan promosi produk ke pasar tertentu yang menjadi tujuan. Posisi strategi melibatkan pandangan ke bawah ke arah dimana produk bertemu dengan konsumen dan pandangan keluar untuk memantau lingkungan eksternal.

4) Strategi sebagai Perspektif (*Perspective*)

Perspektif strategi, sebaliknya lebih condong ke atas, melihat visi besar perusahaan.

5) Strategi sebagai Permainan (*Play*)

Strategi sebagai permainan mengacu pada Gerakan tertentu yang dapat mengecoh pesaing (Sochim, 2017).

b. Pengembangan

Pengembangan atau pertumbuhan dalam suatu konteks sebagai alternatif menaikkan pemahaman teoritis, keterampilan teknis, konseptual, dan nilai moral seseorang, cocok dengan persyaratan pekerjaan atau posisi melalui proses pelatihan atau pendidikan (Alyas dan Rakib, 2017).

Pengembangan bisa dijelaskan sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan pekerjaan saat ini dengan kondisi

menyediakan pengetahuan yang dapat meningkatkan keterampilan atau transformasi sikap. Pengembangan juga mencakup setiap Langkah-langkah untuk mengubah perilaku, termasuk sikap, kecakapan, dan pengetahuan. Ini adalah suatu proses transformasi menuju Tingkat yang lebih unggul dan maju, baik dalam hal usia maupun fisik menurut Sudarmayanti (2007) dalam (Sochimim, 2017).

Pengembangan (development) memiliki lingkup yang lebih luas dalam usahanya untuk menyempurnakan dan meningkatkan keterampilan, karakteristik kepribadian, tingkah laku, dan wawasan. Lebih fokus pada cara meningkatkan keterampilan untuk menghadapi tantangan dimasa depan, dilakukan melalui pendekatan terinteraksi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja. Definisi pengembangan mencakup persiapan individu untuk mengemban tanggung jawab yang berbeda atau lebih tinggi dalam konteks organisasi, seringkali terkait dengan upaya mencapai kinerja yang lebih (Sunyanto, 2015).

Pengembangan dalam ranah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merujuk pada langkah-langkah yang diterapkan oleh pemerintah, pemerintah daerah, perusahaan, dan Masyarakat untuk memajukan sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Ini melibatkan pendamping, bimbing fasilitas, dan

dukungan dalam meningkatkan nilai tambah UMKM (Muttalib,2017).

Strategi pengembangan dapat diartikan yaitu rencana tindakan untuk memerlukan ketetapan dari pimpinan untuk mengembangkan usaha dan mewujudkannya. Strategi ini juga memiliki dampak jangka Panjang terhadap kehidupan organisasi, setidaknya dalam kurun waktu 5 tahun. Hal ini karena strategi bersifat berorientasi pada masa depan. Fungsinya melibatkan perumusan serta pertimbangan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal (Afridhal,2017).

c. Strategi Pengembangan UMKM

Strategi dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), melibatkan produksi dengan fasilitas, tenaga kerja, dan modal keuangan yang terbatas, serta mencangkup usaha sampingan. Berdasarkan hasil kajian, disarankan untuk mempercepat pemulihan melalui kegiatan produksi dengan foku pada penambahan modal. Dengan peningkatan modal, segala keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, memastikan kelancaran aktivitas produksi dan peningkatan pendapatan (Susilo, 2011).

Pengembangan UMKM lebih difokuskan pada transformasi menjadi pelaku ekonomi yang memiliki daya saing melalui peningkatan produktivitas dan penguatan kewirausahaan. Upaya ini

didukung oleh pemanfaatan teknologi, inovasi, dan penyesuaian dengan kebutuhan pasar. Di Indonesia, pemerintah memainkan peran aktif dalam mendorong sektor UMKM, memberikan dampak positif baik langsung atau tidak langsung.

Menurut Tanjung (2017), Pengembangan UMKM harusnya bertujuan untuk:

- 1) Menciptakan iklim yang lebih mendukung, termasuk memberikan peluang bagi berbagai potensi masyarakat dan menjamin kepastian usaha dengan efisiensi ekonomi.
- 2) Mengembangkan system yang lebih mendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses ke sumber daya produktif, membuka peluang bagi berbagai potensi masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya, terutama yang ada di lingkungan sekitar.
- 3) Menyediakan keuangan yang kompetitif untuk mencapai keunggulan bersaing.

Dalam pengembangan usaha, beberapa aspek perlu diperhatikan , antara lain:

- 1) Aspek Strategi

Menganalisis bentuk usaha baru dengan fokus pada analisis kesenjangan konsumen, menciptakan produk baru yang menarik konsumen, dan membuka pasar baru.

- 2) Aspek Manajemen Pemasaran

Menyentuh dan mendominasi pasar, memasarkan produk melalui jaringan yang luas, mengelola peluang dan kondisi pasar dengan cermat, serta menciptakan strategi pemasaran yang menarik pembeli dalam pembelian suatu produk.

3) Aspek Penjualan

Merancang norma dan proses penjualan, memberi keamanan dalam penjualan barang, menjual produk dengan kualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen, serta memberikan keamanan dalam proses penjualan produk. rancangan aturan penjualan serta proses lanjutan penjualan.

Prinsip-prinsip Pengembangan UMKM

1) Kemaslahatan

Memiliki makna kebermanfaatn dan keuntungan bersama. Pengembangan UMKM seharusnya mencerminkan manfaat yang nyata bagi semua pihak yang terlibat, dengan menyesuaikan aturan kerja untuk saling mencerminkan kebaikan dan keuntungan .

2) Kemandirian Bangsa

Bertujuan agar UMKM semakin kuat dengan kekuatan pertama dalam perekonomian Indonesia, mampu memenuhi Sebagian besar kebutuhan dalam negeri melalui produk dan jasa hasil karya anak negeri sendiri.

3) Terukur

Program pengembangan UMKM harus mempunyai tujuan sama dan dirancang dengan teliti. Setiap Langkah harus jelas dan dapat diukur keberhasilan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

4) Komprehensif

Pengembangan UMKM dan penyelesaian kendalanya harus diutamakan dengan merancang program yang komprehensif. Permasalahan dalam pengembang UMKM tidak bisa dislesaikan dengan satu disiplin ilmu saja, sehingga semua pihak yang terlibat harus berkontribusi dalam aktivitas pengembangan UMKM.

5) Berkelanjutan

Agar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat mandiri dan unggul, pengembangan tidak bisa terjadi dalam waktu singkat. Diperlukan kelanjutan program dalam pengembangan UMKM untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai keberlanjutan dalam jangka waktu yang berkelanjutan (Budiartono, dkk, 2017).

Beberapa hambatan yang dihadapi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) mencakup:

1) Kenaikan Harga Bahan Baku

Kenaikan harga bahan baku berdampak pada peningkatan biaya produksi, terutama jika bahan baku diperoleh dari pemasok luar. Hal ini dapat menyebabkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan bahan baku dari sumber internal, seperti kebun sendiri.

2) Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia menjadi aspek kritis dalam menjalankan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar ilmu pengetahuan dan keterampilan turun-temurun dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu, kurangnya strategi kreativitas dapat menghambat perkembangan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia dalam UMKM.

3) Permodalan yang Terbatas

Permodalan memiliki peran krusial dalam mendirikan bisnis. Mengingat UMKM bergantung pada modal internal, dukungan dari pemerintah diperlukan untuk memastikan ketersediaan modal yang memadai.

4) Kurangnya Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana memegang peranan terpenting dalam mendukung perkembangan UMKM. Maka dari itu, fasilitas dan infrastruktur yang mendukung proses bisnis

menjadi kunci penting, baik dalam hal pemasaran maupun dalam tahap produksi.

5) Kurangnya Akses Pemasaran Produk

Saat terdapat pengusaha UMKM yang berdekatan dan menawarkan produk serupa, persaingan menjadi wajar. Namun ketidak mampuan pengusaha UMKM untuk mengesplor kreativitas mereka sebagai dukungan untuk kemajuan bisnis dapat menjadi kendala dalam memasarkan produk-produk tersebut (Anggraeni, dkk, 2013)

Perencanaan Pengembangan Usaha Pada tahap awal sebelum menyusun konsep perencanaan pengembangan usaha kecil, pemilik usaha perlu secara menyeluruh mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha mereka. Pada tahap awal ini, fokusnya adalah merinci aspek-aspek kritis tersebut untuk membentuk dasar perencanaan yang kokoh. Selanjutnya, perencanaan pengembangan usaha melibatkan pembagian berikut:

a. Pemasaran, melibatkan :

- 1) Identifikasi pasar yang dapat dijelajahi
- 2) Riset produk baru yang dapat dikembangkan
- 3) Penyusunan metode untuk memperkenalkan produk

4) Penetapan harga yang kompetitif untuk bersaing dengan usaha sejenis.

5) Pihak-pihak potensial untuk bersinergi dalam memasarkan produk

b. Sumber daya manusia, melibatkan :

- 1) Identifikasi keterampilan yang perlu dikembangkan
- 2) Kalaborasi dengan pihak-pihak yang dapat meningkatkan keterampilan karyawan dan pimpinan
- 3) Penentuan jumlah tambahan pegawai yang diperlukan
- 4) Implementasi upaya untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai

c. Bidang produksi, melibatkan :

- 1) Pemanfaatan bahan baku untuk menciptakan produk tambahan dan waktu pelaksanaannya
- 2) Perencanaan jumlah produksi masa depan
- 3) Identifikasi waktu pembelian peralatan produk tambahan
- 4) Pengelolaan persediaan yang memadai tanpa kelebihan

d. Bidang permodalan, melibatkan:

- 1) Penentuan waktu dan besaran tambahan modal yang diperlukan

- 2) Pencarian sumber tambahan modal yang dapat diakses
- 3) Siapa yang perlu dihubungi, yang dapat membantu permodalan. (Sudantoko P. A., Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil, 2002) dalam Agustina (2020)

2.2.2 Definisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sesuai dengan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Usaha mikro

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil

Kriteria 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 besar

yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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 besar dengan total kekayaan bersih atau pendapatan tahunan sesuai yang diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UU No. 20 tahun 2008 ini digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha seperti yang diuraikan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga maksimal Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tanpa termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp. 10.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah); atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp. 50.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah Lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk mendefinisikan kriteria skala usaha. Sebagai contoh, berdasarkan informasi dari BPS, Usaha Mikro Indonesia (UMI) didefinisikan sebagai unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang; Usaha Kecil (UK) memiliki pekerja antara 5 hingga 19 pekerja; Usaha Menengah (UM) memiliki pekerja dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan

lebih dari 99 orang pekerja termasuk dalam kategori masuk dalam kategori Usaha Besar (UB).

2.2.3 Jagung Semarang

Jagung semarang atau jagung marning merupakan salah satu jenis makanan ringan yang di konsumsi melalui proses pengolahan yang sederhana. Perendaman biji jagung putih terpilih dalam air selama ± 15 jam dan perebusan dalam air dengan soda dan kapur selama ± 4 jam menyebabkan jagung mengembang dengan cepat dan menjadi renyah setelah di goreng. Jagung yang sudah matang dibersihkan dari lendirnya, di cuci sampai bersih, ditiriskan dan dijemur selama 2-3 hari tergantung kondisi cuaca menurut Suarni dalam septian (2022).

Untuk jagung semarang yang berada di desa motong kecamatan utan kabupaten sumbawa sendiri prosesnya yaitu merebus menggunakan air kapur, setelah itu ditumbuk sampai kulitnya pergi kemudian jagung dibersihkan, setelah bersih di rendam kembali dengan air bersih, dan sekitar beberapa jam jagung direbus lagi dengan air biasa lalu ditiriskan dan dibersihkan kembali, setelah itu diberi bumbu yaitu, garam dan bawang putih, selanjutnya dijemur sampai kering kurang lebih 2-3 hari tergantung cuaca. Setelah jagung kering langsung digoreng dan dikemas dalam kemasan yang sudah di tentukan.

Ada beberapa cara untuk mengasinkan jagung, tetapi metode dasarnya adalah dengan merebus jagung, meratakannya, dan menjemurnya di bawah

sinar matahari. Jeruk nipis paling sering ditambahkan ke jagung rebus untuk membantu memisahkan pericarp dan isi perut, meningkatkan tekstur jagung, dan memperbaiki tekstur dan warna bumbu jagung. Metode penambahan jeruk nipis berbeda tergantung pada era produksi, dan ini adalah panduan dari membuat UD hingga jagung betina. Yogyakarta, Wangi. Jagung dimasak dalam konsentrasi 0,7% kapur tohor (per jagung) selama 1 jam. Menurut Antarlina dan Kristiwati (2010) dalam (Dyah Rata Widyaswari, 2013), jagung direbus dalam kapur tohor konsentrasi 3% (per jagung) selama 1 jam, sedangkan (Sumardi Hadi, & Bambang Susilo, 2013) dalam septian (2022), kuda jagung dibuat dengan cara merendam jagung terlebih dahulu dalam kapur tohor konsentrasi 1,5% (per jagung) selama 2 hari. Penambahan kapur tohor memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kualitas margin jagung yang dihasilkan, tetapi karena tidak ada penjelasan ilmiah untuk hal ini, konsentarsi kapur yang optimal untuk pengasinan jagung tidak diketahui.

2.2.4 Nilai Tambah

Nilai tambah adalah pertambahan nilai yang terjadi karena suatu komoditi mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian infut fungsioal). Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor non-teknis. Data yang diperoleh dari analisis nilai tambah mencakup ukuran nilai tambah, rasio nilai tambah, margin, serta imbalan yang diterima oleh pemilik produksi (Hayami,et.al, 1987).

Nilai tambah menggambarkan tingkat kemampuan menghasilkan pendapat disutau wilayah. Nilai tambah juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemakmuran Masyarakat setempat dengan asumsi seluruh pendapat itu dimiliki masyarakat setempat (Tarigan, 2004).

Metode analisis Hayami adalah pendekatan yang memproyeksikan perubahan nilai bahan baku setelah mengalami proses perlakuan. Nilai tambah dalam proses pengolahan dihitung sebagai selisih antara nilai produk dengan biaya bahan baku dan input lainnya. Beberapa faktor penentu dalam analisis nilai tambah melibatkan:

1. Faktor teknis, melibatkan kapasitas produksi dari satu unit usaha, jumlah waktu kerja yang digunakan, dan tenaga kerja yang digunakan.
2. Faktor pasar, melibatkan aspek seperti harga output, upah tenaga kerja, bahan baku, dan nilai input lainnya.

2.2.5 Rantai Nilai

Ranti nilai menggambarkan berbagai kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau layanan dari konsepsi, melalui fase produksi yang berbeda (melibatkan kombinasi transformasi fisik dan input dari berbagai layanan produsen), pengiriman ke konsumen akhir, dan pembuangan akhir setelah digunakan.

Adapun berbagai jenis peningkatan yaitu:

1. Peningkatan proses: meningkatkan efisiensi proses internal sedemikian rupa sehingga ini secara signifikan lebih baik daripada

pesaing, baik dalam tautan individual dalam rantai (misalnya, peningkatan pergantian investasi, skrap yang lebih rendah), dan antara tautan dalam rantai (misalnya, pengiriman yang lebih sering, lebih kecil dan tepat waktu).

2. Peningkatan Produk: memperkenalkan produk baru atau meningkatkan produk lama lebih cepat daripada pesaing. Ini melibatkan perubahan proses pengembangan produk baru baik dalam tautan individual dalam rantai nilai dan dalam hubungan antara tautan rantai yang berbeda.
3. Peningkatan Fungsional: meningkatkan nilai tambah dengan mengubah campuran kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan (misalnya, mengambil tanggung jawab untuk akuntansi, logistik dan fungsi kualitas) atau memindahkan fokus kegiatan ke tautan yang berbeda dalam rantai nilai (misalnya dari manufaktur ke desain).
4. Peningkatan Rantai: pindah ke rantai nilai baru (misalnya, perusahaan Taiwan pindah dari pembuatan radio transistor ke kalkulator , TV, Monitor Komputer, Leptop dan ekarang ke telpon WAP).

Hambatan masuk :

Pada dasarnya pengembalian utama bertambah bagi pihak-pihak yang mampu melindungi diri dari persaingan. Kemampuan untuk menginsolasi kegiatan ini dapat dirangkum oleh konsep sewa, yang muncul dari kepemilikan

atribut langka dan melibatkan hambatan untuk masuk. Ada berbagai bentuk sewa. Fokus dari banyak literatur, energi kewirausahaan dan kebijakan pemerintah adalah pada apa yang disebut sewa ekonomi. Para ekonom klasik (seperti Ricardo) berpendapat bahwa sewa ekonomi timbul atas dasar kepemilikan / akses yang tidak setara atau kontrol atas sumber daya langka yang ada (misalnya tanah). Schumpeter (2010), ini pada dasarnya adalah apa yang terjadi ketika pengusaha berinovasi, menciptakan kombinasi atau kondisi baru yang memberikan pengembalian lebih besar dari harga suatu produk daripada yang diperlukan untuk memenuhi biaya inovasi. Pengembalian inovasi ini adalah bentuk keuntungan super dan bertindak sebagai bujukan untuk replikasi oleh pengusaha lain yang juga berusaha memperoleh sebagian dari keuntungan ini.

2.2.6 Analisis SWOT

Menurut Suryatama (2016) mengatakan bahwa “Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau *strengths*, kelemahan atau *weaknesses*, peluang atau *opportunities*, dan ancaman atau *threats* dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Menurut Jogiyanto (2005), tujuan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.
2. Menganalisis suatu kondisi dimana akan membuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.

3. Memahami laba yang diperoleh oleh perusahaan.
4. Menilai prospek penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk perusahaan.
5. Mempersiapkan perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang mungkin timbul.
6. Menyiapkan strategi menghadapi kemungkinan perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

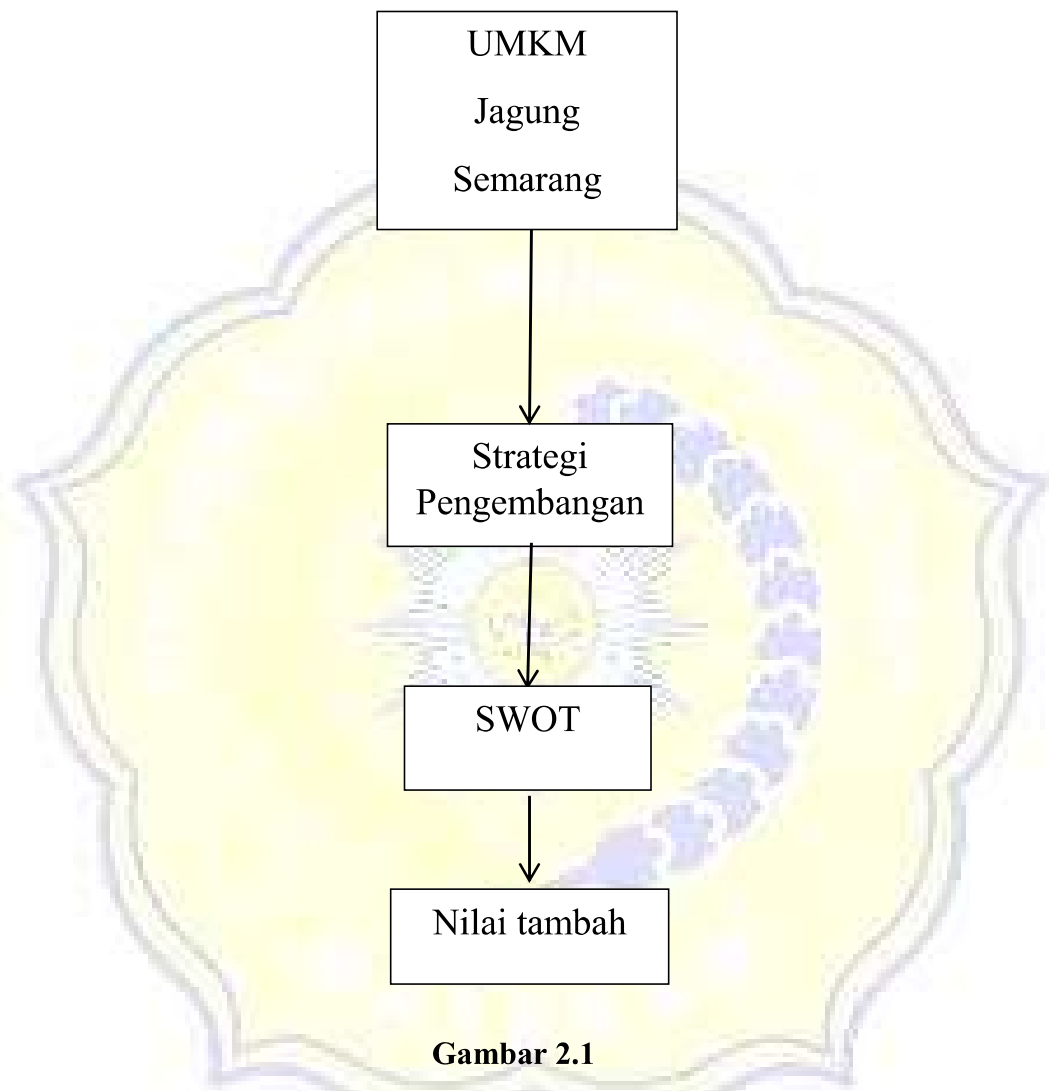
Analisis SWOT merupakan sebuah teknik perencanaan strategis yang terdiri dari dua faktor, yaitu eksternal dan internal. Faktor eksternal, berasal dari lingkungan mikro dan makro ekonomi, berperan dalam memantau peluang dan ancaman (*opportunities and threats*) yang terkait dengan organisasi. Sementara itu, faktor internalnya melibatkan kekuatan (*strength*) untuk mengevaluasi potensi positif dan kelemahan (*weakness*) untuk mengevaluasi aspek negative dari perusahaan (Kotler & Kelle, 2012).

Analisis SWOT merupakan perangkat Analisa yang paling populer, terutama untuk kepentingan perumusan strategi. Asumsi dasar yang melandasinya adalah bahwa organisasi harus menyelaraskan aktivitas internalnya dengan realitas eksternal agar mencapai tujuan yang ditetapkan. Peluang tidak akan berarti manakala perusahaan tidak mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang tersebut. Kemampuan analisis SWOT bertahan sebagai alat perencanaan yang masih terus digunakan sampai saat ini, membuktikan kehebatan analisis ini dimata para manajer. Analisis SWOT telah lama menjadi kerangka kerja pilihan bagi

banyak manajer karena kesederhanaannya, proses penyajiannya, dan kemampuannya merefleksikan esensi dari suatu penyusunan strategi, yaitu mempertautkan peluang dan ancaman dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Analisis SWOT merupakan bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif, memberi gambaran mengenai situasi dan kondisi sebagai faktor masukan yang dikelompokkan berdasarkan kontribusi masing-masing. Manfaat dari analisis SWOT adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi sehingga mampu menganalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam organisasi untuk mendapatkan strategi yang tetap dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang ada untuk mengatasi segala ancaman dan mengurangi kelemahan yang ada sehingga organisasi dapat bertahan dan mampu untuk berkembang.

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1
Kerangka berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali dan memahami makna yang terkandung dalam masalah-masalah sosial. Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan deduktif yang berfokus pada interpretasi makna individual dan kompleksitas suatu permasalahan (Subandi, 2006). Penelitian kualitatif ini melibatkan penulis sebagai instrument utama, yang akan mengumpulkan data melalui observasi strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Nilai Tambah.

3.2 Lokasi Penelitian Dan Waktu

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa pada UMKM Jagung Semarang. Waktu pelaksanaan penelitian ini dari bulan Desember 2023

3.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk menggambarkan masalah tersebut, digunakan beberapa sumber dalam penelitian ini. Sumber yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek yang menjadi asal data yang di peroleh (Hadi,2004). Dua jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer (sumber tangan pertama), adalah data yang diperoleh melalui prosedur dan Teknik pengambilan data, seperti wawancara dengan pimpinan industry jagung semarang. Tujuannya untuk memahami kondisi dan permasalahan yang sedang dihadapi.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder (sumber tangan kedua), merupakan data yang diperoleh dari literatur-literatur terkait, seperti Strategi Pengembangan UMKM, Definisi UMKM, Jagung Semarang, Nilai Tambah, Rantai Nilai, dan Analisis SWOT.

3.4 Penentuan Informan

Seorang informan penelitian diperlukan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Informan penelitian adalah mereka yang berperan dalam memberikan informasi tentang konteks dan status penelitian (Meleong, 2017). Metode penentuan informan dalam Studi Kasus Rumah Tangga dengan Unit yang mengusahakan Jagung Semarang. Informan dalam penelitian ini ada 4 informan, yang menjadi informan pada penelitian ini yaitu: informan kunci yakni pemilik usaha atau industri rumah tangga 1 orang, informan tambahan karyawan bagian produksi dan pengemasan, dan konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada teknik-teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Beberapa instrument pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup:

1. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang detail mengenai objek tersebut.

2. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data primer melalui interaksi langsung dengan informan yaitu pemilik Industri Rumah Tangga Jagung Semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa.

3. Dokumentasi

Menggunakan Dokumen dalam bentuk foto, gambar, atau karya monumental yang terkait dengan observasi atau wawancara. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas atau kepercayaan terhadap proses observasi dan wawancara.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya. Tujuannya adalah membuat data menjadi lebih mudah dipahami dan temuan dapat diinformasikan kepada orang lain. Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, pemecahan menjadi unit-unit sintesis, penyusunan pola, pemilihan informan yang signifikan, serta pembuatan kesimpulan yang dapat dijelaskan kepada pihak lain (Sugiono, 2016).

Langkah-langkah yang diambil penulis dalam penelitian ini melibatkan:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup besar direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokoknya, difokuskan pada aspek yang penting, dan diidentifikasi tema serta polanya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk urutan singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Display data ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman tentang keadaan yang terjadi, serta membantu perencanaan kerja berikutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh. Penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya menggunakan teks naratif (Sugiono, 2016).

3. Penarikan Kesimpulan (*Councluting Drawing*)

Adalah hasil temuan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya kurang jelas atau tidak diketahui, namun setelah diteliti menjadi lebih terang dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori.

Kesimpulan yang dihasilkan pada awalnya bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut menjadi kredibel.

Setelah melalui tahap Reduksi Data, Data Display, dan penarikan kesimpulan Langkah adalah melakukan analisis SWOT. Matrik ini memberikan gambaran jelas tentang bagaimana perusahaan dapat mengharmonisasikan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 3.1

Matrik Analisis SWOT

	<i>STRENGTHS</i> (S) Faktor Kekuatan Internal	<i>WEAKNESESS</i> (W) Faktor Kelemahan Internal
<i>OPPORTUNITIES</i> (O) Faktor Peluang	<i>STRATEGI SO</i> Ciptakan strategi yang	<i>STRATEGI WO</i> Ciptakan strategi yang

Eksternal	menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>THREATS</i> (T) Faktor Ancaman Eksternal	<i>STRATEGI ST</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>STRATEGI WT</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2017

Adapun penjelasan keempat strategi tersebut sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strenght-Oportunies*)

Strategi ini merujuk pada jalan pikir perusahaan, yaitu dengan menggunakan atau mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi ST (*Strenght-Treats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi adanya ancaman.

3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.

4. Strategi WT (*Weakneses-Treats*)

Strategi ini bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan untuk menghindarkan adanya ancaman.

Berdasarkan analisis menggunakan SWOT Dapat dihasilkan berbagai strategi yang kemudian digunakan untuk merumuskan alternatif dalam analisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan nilai tambah pada produk jagung semarang di Desa Motong Kecamatan Utan Kabupaten Sumbawa.

3.7 Validitas Data

Penelitian kualitatif perlu mengungkap kebenaran yang objektif, oleh karena itu keabsahan dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Dengan memastikan keabsahan dan kredibilitas data, penelitian kualitatif dapat terlaksana. pada penelitian ini, keabsahan data diupayakan melalui penerapan triangulasi. Adapun triangulasi data Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Bungin & Maleong, 2007).

Untuk menjamin keabsahan data penelitian ini, dilakukan triangulasi dengan menggunakan berbagai sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Bungin & Moleong, 2007).

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, berbagai waktu.

1. Triangulasi Sumber

Menurut Patton dalam (Moleong, 2007) bahwa “Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif”.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi ini menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang berbeda. Bila dengan beberapa Teknik itu didapat beberapa data yang berbeda maka penelitian melakukan diskusi untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena dari sudut pandang yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi ini menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, atau Teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.