

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Negara merupakan sebuah kawasan teritorial yang terdiri atas sejumlah penduduk, memiliki kedaulatan menjalankan pemerintahan dan keberadaannya diakui oleh negara lain. Berdasarkan keberhasilannya dalam proses pembangunan suatu negara, terdapat penggolongan kategori negara yaitu negara maju dan negara berkembang yang ditentukan melalui kesejahteraan dan kualitas hidup rakyat dari negara tersebut. Negara maju adalah negara dimana rakyatnya memiliki kesejahteraan dan kualitas yang tinggi, sedangkan negara berkembang adalah sebuah negara yang masyarakatnya masih berada dalam kesejahteraan atau kualitas hidup taraf sedang atau dalam perkembangan. Variabel yang digunakan dalam penentuan kriteria tersebut beragam baik dari sektor ekonomi maupun geografi manusia seperti pendapatan perkapita, jumlah penduduk miskin, tingkat pengangguran, angka kematian bayi dan ibu melahirkan, angka melek huruf serta penguasaan teknologi.<sup>1</sup> Pertumbuhan dalam bidang ekonomi menjadi salah satu faktor penentu maju atau tidaknya suatu negara.

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, perlu adanya usaha-usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan adanya kerjasama dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun masyarakat. Dikarenakan penentu dari kemajuan ini adalah pemerintah dan masyarakat, apabila hanya negara saja yang bergerak, namun masyarakat

---

<sup>1</sup> Pekik Nur Sasongko dan M. Rofi'i, *Negara Maju dan Negara Berkembang* (Klaten: Saka Mitra Kompetensi, 2018), 1.

tidak ikut memberikan andil maka perkembangan dalam sektor perekonomian masih terbelang jauh untuk mencapai kemajuan, karena untuk menghadapi krisis keuangan global perlu adanya peningkatan perekonomian.

Usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat dalam meningkatkan perekonomian adalah dengan membangun mobilitas ekonomi dari level kecil hingga level besar dengan bergabung menjadi pelaku ekonomi. Masyarakat dapat melakukan kerjasama antar masyarakat maupun dengan pemerintah. Kerjasama yang dilakukan bisa berupa sebuah usaha dari masing-masing pihak (perorangan) maupun kerjasama dalam bentuk kelompok atau organisasi. Dimana organisasi diartikan sebagai sebuah perkumpulan yang dibentuk oleh masyarakat baik secara resmi berdasarkan hukum maupun tidak dengan tujuan untuk mencapai sebuah kepentingan yang dapat dilakukan bersama antar anggota organisasi dalam masyarakat tersebut untuk kemudian hasilnya akan memiliki manfaat yang baik sesuai tujuannya, misalnya seperti membentuk organisasi dalam bidang ekonomi atau badan usaha.<sup>2</sup>

Salah satu bentuk kerja sama yang berada ditengah-tengah masyarakat yaitu adanya UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah organisasi dalam bidang ekonomi yang memiliki kontribusi atau peranan sangat penting dalam pembangunan suatu negara, khususnya dalam sektor pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada sebuah negara yang masih tergolong ke dalam kategori negara berkembang seperti Indonesia khususnya, UMKM menjadi penggerak yang strategis untuk meningkatkan level perekonomian. Hal ini dapat

---

<sup>2</sup> Alit Kurnia Sari, "Partisipasi Organisasi Sosial Lokal dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial," *Jurnal Pendidikan dan Kesejahteraan Sosial* Vol.11 No 03 (2006) 42.

diamati dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang menunjukkan sinyal positif dalam beberapa tahun terakhir, faktor terjadinya fenomena tersebut tidak terlepas dari sektor UMKM yang terus berkembang. Dengan demikian UMKM di Indonesia mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional<sup>3</sup> dengan semakin bertambahnya jumlah UMKM yang terus berkembang di Indonesia dari pada sektor usaha-usaha lainnya.

Perkembangan UMKM di Indonesia tergolong produktif, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya data dari tahun ke tahun yang mencatat kemajuan UMKM di Indonesia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang di olah dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, terdapat sekitar 65,47 juta dengan persentase perkembangan 1,98% UMKM di Indonesia.<sup>4</sup> Dengan demikian dapat dikatakan bahwasannya keberadaan UMKM di Indonesia tidak boleh dipandang sebelah mata, apalagi setelah adanya krisis moneter yang terjadi di negara Indonesia yang berkembang menjadi krisis kepercayaan pada tahun 1989 tidak mampu merubah dan mempengaruhi eksistensi usaha kecil menengah.<sup>5</sup> Pada saat itu UMKM mampu menjadi solusi alternatif pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Selain sebagai motor penggerak perekonomian, keberadaan UMKM memiliki beberapa peran penting lainnya. UMKM mampu mempercepat

---

<sup>3</sup> Onan Marakali Siregar DKK, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM* (Medan : Puspantara,2020), 2

<sup>4</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, “*Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Tahun 2018-2019*,” Kemenkoukm, diakses dari [https://www.kemenkoukm.go.id/uploads/laporan/1617162002\\_SANDINGAN\\_DATA\\_UMKM\\_2019.pdf](https://www.kemenkoukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2019.pdf) pada tanggal 24 Agustus 2021 pukul 20.00 WIB.

<sup>5</sup> Syakir Sofyan, Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia, *Bilancia*, Vol 11, No.1 (Januari, 2017), 36.

pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta berperan dalam meningkatkan perolehan devisa dan memperkuat struktur ekonomi nasional.<sup>6</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mencatat, tenaga kerja UMKM sebanyak 119,6 juta orang pada 2019. Jumlah tersebut meningkat 2,21% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 117 orang.<sup>7</sup> Hingga saat ini perkembangan UMKM di Indonesia semakin luas, sehingga dengan tetap bertumbuhnya perkembangan UMKM di Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap laju pergerakan ekonomi negara.

Peran UMKM dalam suatu Negara tidak dapat dipisahkan karena disetiap daerah turut menyumbangkan peran UMKM dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi pendapatan bagi masing-masing wilayah. Salah satu wilayah yang menjadi penyumbang kontribusi pendapatan daerah yakni Kabupaten Pamekasan. Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten yang ada dipulau Madura. Pamekasan memiliki luas wilayah 79.230 Ha yang terdiri dari 13 kecamatan dan 189 desa dengan jumlah penduduk 818.662 jiwa.<sup>8</sup>

Berdasarkan potensi penduduk yang ada di Pamekasan, membuat pemerintah kabupaten Pamekasan memanfaatkan sumber daya manusia yang melimpah agar produktif sehingga menghasilkan barang atau jasa yang bisa memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah. Salah satu bentuk perhatian dari

---

<sup>6</sup> Heru Irianto dkk, *Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan Sumber Elektronik* (Surakarta : CV.INDOTAMA Solo, 2020), 4.

<sup>7</sup> Dwi Hadya Jayani, "92,96% Tenaga Kerja Berasal Dari UMKM," Katadata, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/9692-tenaga-kerja-berasal-dari-umkm> pada tanggal 25 Agustus 2021 pukul 14.30 WIB.

<sup>8</sup>Fena Ulfa Aulia dan Indah Kurratul Aini, "Pengukuran Laba Berdasarkan Praktek Akuntansi UMKM Online di Kabupaten Pamekasan", *Jurnal Akuntansi Integratif*, Vol.6 No.2 (2020), 128.

pemkab kabupaten pamekasan adalah adanya pelatihan kewirausahaan kepada para pelaku usaha salah satunya adalah pelaku UMKM. Sementara itu UMKM yang ada di Kabupaten Pamekasan memiliki potensi besar dibuktikan dengan jumlah UMKM menurut Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur melalui sensus Ekonomi 2016 dan SUTAS 2018 yaitu sebanyak 247.369. Bidang nonpertanian menempati jumlah UMKM sebanyak 108.772 dan dibidang pertanian 138.547. hal tersebut membuktikan bahwa partisipasi masyarakat di Pamekasan dalam mengembangkan potensi jiwa kewirausahaan sangatlah tinggi.

Terlepas dari peran penting keberadaan dan pengaruhnya, UMKM memang lebih mendominasi dari pada usaha besar yang berkembang di Indonesia. Dalam hal ini UMKM memiliki keunggulan memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, di Indonesia usaha mikro kecil dan menengah terbelang sangat kompleks karena bergerak dalam berbagai bidang seperti kuliner, tekstil, perkebunan, pertanian, perikanan, retail dan lainnya.<sup>9</sup> Dengan meluasnya pergerakan UMKM tersebut hampir semua bidang tersentuh dan merasakan dampak dari meningkatnya kinerja dari UMKM yang ada di Indonesia

Selain meluasnya pergerakan didalam berbagai bidang, UMKM memiliki karakteristik dan jenisnya masing-masing. Karakteristik inilah yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Bank Dunia, membagi UMKM kedalam tiga jenis berdasarkan banyaknya jumlah pelaku usaha di dalamnya, yaitu : 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang), 2. Usaha Kecil

---

<sup>9</sup>Onan Marakali Siregar dkk, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM* (Medan : Puspantara,2020), 2.

(jumlah karyawan 30 orang), 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan mencapai hingga 300 orang).<sup>10</sup>

Di Indonesia, undang-undang yang mengatur tentang usaha 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, tenaga pekerjaan dan pendapatan tertentu.”<sup>11</sup> Dapat disimpulkan bahwa perkembangan UMKM yang semakin membaik itu dikarenakan adanya ciri khas tersendiri, sehingga hal tersebut menjadikan UMKM berbeda dengan usaha-usaha lainnya.

Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam mengembangkan usahanya tentunya dipengaruhi oleh bagusnya manajemen dan strategi yang ada didalamnya. Manajemen dan strategi diperlukan oleh sebuah organisasi agar pencapaian tujuan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Dikatakan efisien apabila manajemen tersebut bisa menjalankan kegiatan-kegiatan sehingga mencapai tujuan dari organisasi. Dan dikatakan efisien apabila mampu memperoleh output terbesar dari input yang terkecil.

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis semakin besar. Dampak dari pesatnya perkembangan di dunia bisnis menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, sehingga hal tersebut juga membuat banyak organisasi atau perusahaan mengalami hambatan

---

<sup>10</sup> Irianto, *Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*, 7.

<sup>11</sup> Lathifah Hanim, *UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha* (Semarang: Unissula Press, 2018), 28.

untuk mengembangkan kinerjanya. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan sangatlah membutuhkan peran dari strategi dalam mencapai kinerja penuh perusahaan. Karena didalam organisasi atau perusahaan berlaku hukum dasar ekonomi, yakni mendapat keuntungan sebesar-besarnya dengan pengorbananan sekecil-kecilnya.<sup>12</sup> Maka dari itu perusahaan akan melakukan berbagai cara untuk mencapai kinerja yang maksimal dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan terbatas.

Didalam berwirausaha selain memperhatikan penerapan strategi bisnis secara umum juga terdapat aspek penting lainnya yang perlu dipertimbangkan yaitu pemasaran produk yang sudah dihasilkan dari suatu perusahaan yang mana pemasaran produk ini juga merupakan bagian dari strategi dalam berwirausaha. Terkadang para pengusaha sering mengabaikan aspek ini. Sehingga akan muncul sebuah permasalahan ketika produk sudah jadi akan tetapi tidak tahu produk tersebut akan dipasarkan kemana. Maka perusahaan akan mengalami kendala karena produk tidak segera terjual.<sup>13</sup>

Untuk mencapai kesuksesan yang sempurna sebuah perusahaan atau organisasi harus menerapkan strategi bisnis dan merencanakan pemasaran yang tepat sasaran. Hal yang kemudian menjadikan dasar para pelaku usaha pengolahan hasil laut yang kemudian membuat suatu komunitas bisnis yang diberi nama Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut. Beberapa persolalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM seperti halnya kesulitan mendapatkan pangsa pasar, kegiatan produksi yang tidak berjalan dengan baik, dan minimnya pengetahuan yang

---

<sup>12</sup> Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi Konsep & Implementasi* (Makasar : CV.Nas Media Pustaka, 2020), 2.

<sup>13</sup> M Diana Prihadi, *Kewirausahaan* (Malang, : Ahlimedia, 2020), 26.

dimiliki oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha membuat para pelaku UMKM kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Berangkat dari beberapa persoalan tersebut para pelaku UMKM olahan hasil laut FKPHL lahir menjadi ajang silaturahmi bagi para pengolah hasil laut dan juga menjadi tempat diskusi untuk produk atau usaha yang dijalankan dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya, mulai dari pengembangan usaha seperti, strategi produksi, strategi pemasaran, strategi manajemen sumber daya manusia serta pengelolaan usaha seperti sertifikasi, ijin usaha dan lain sebagainya. Sehingga dengan adanya forum tersebut para pelaku usaha yang ada didalamnya dapat bersaing dikancah nasional bahkan sampai internasional.

FKPHL merupakan forum perkumpulan para pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan hasil laut. Forum tersebut memiliki kontribusi yang jelas terhadap kemajuan UMKM yang tergabung didalamnya. Selain kontribusi diatas, adanya forum tersebut yang juga kemudian menyebabkan salah satu produk UMKM yang ada didalamnya telah terekspor keluar negeri. Dalam forum ini terdapat kurang lebih 35 para pelaku usaha. Forum ini berdiri sudah lebih dari 3 tahun, yaitu sejak tahun 2018 dan berdomisili di Desa Padellegan, yang mana desa tersebut merupakan daerah pesisir pantai.<sup>14</sup> Secara geografis masyarakat pesisir merupakan masyarakat yang hidup dan berkembang di wilayah pesisir (pinggiran laut).<sup>15</sup> Masyarakat pesisir bergantung hidup dengan mengolah sumber daya alam yang ada disekitarnya yaitu perairan dan pulau-pulau kecil.

---

<sup>14</sup> Slaman, Ketua Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut, *wawancara langsung* (12 Juni 2021).

<sup>15</sup> Sri Handini DKK, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya Pengembangan UMKM Wilayah Pesisir* (Surabaya : SCOPINDO, 2019), 1.

Mengolah hasil laut menjadi suatu produk merupakan tantangan tersendiri bagi masyarakat pesisir yang berada di forum Pengolahan Hasil Laut. Dimana mereka harus menghadapi para pelaku bisnis lainnya untuk menyaingi produk-produknya dengan bekal pengetahuan yang minim terhadap kemajuan teknologi dan dunia bisnis. Para pelaku UMKM di FKPHL hanya mengandalkan forum tersebut dengan harapan adanya pelatihan serta perbincangan-perbincangan perihal bisnis yang kemudian dapat memajukan usaha yang dirintis melalui pengolahan hasil laut.

Berdasarkan pemaparan diatas, pada umumnya pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya tidak akan selalu berjalan dengan baik. Banyaknya UMKM baru yang kemudian menyebabkan persaingan yang semakin sulit bagi pelaku UMKM. Sehingga hal tersebut menyebabkan kegiatan pemasaran produk akan mengalami kendala dikarenakan banyaknya UMKM yang menghasilkan produk yang sejenis. Selain itu minimnya pengetahuan terkait dunia usaha membuat pelaku UMKM juga kesulitan menghadapi perkembangan dunia usaha yang serba canggih seperti saat ini. Maka dari itu diperlukan strategi dalam menghadapi persaingan dengan para pelaku UMKM yang lain.

Pelaku UMKM olahan laut di kabupaten Pamekasan dapat mempertimbangkan keberadaan Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut dalam mengelola hasil lautnya sehingga lebih produktif lagi dan dapat menambah pemasukan bagi kehidupannya dan juga dapat memberikan sumbangsih lebih terhadap pemerintah kabupaten Pamekasan. Berbagai macam strategi yang dilakukan para pelaku UMKM demi memajukan usahanya menjadi variasi

tersendiri termasuk dengan adanya pelatihan yang disediakan oleh komunitas bisnis seperti Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut dapat mengembangkan kinerja usaha yang dijalani dan juga dapat menambah lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Dari permasalahan inilah yang kemudian diangkat oleh peneliti dengan judul **“Kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) Dalam Pengembangan Strategi Bisnis Pada UMKM Di Kabupaten Pamekasan”**

### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) dalam pengembangan strategi bisnis pada UMKM di kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana pengembangan strategi bisnis UMKM melalui Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) di kabupaten Pamekasan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) dalam pengembangan strategi bisnis pada UMKM di kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengembangan strategi bisnis UMKM melalui Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) di kabupaten Pamekasan.

#### **D. Manfaat**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Bagi Penulis.

Dalam proses penelitian dan pengembangan pengetahuan tentang Kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) Dalam Pengembangan Strategi Bisnis UMKM Dikabupaten Pamekasan peneliti memperoleh pengalaman, pengetahuan lebih luas mengenai komunitas tersebut dan diharapkan mampu menyebarkan tentang adanya kontribusi forum komunikasi pengolahan hasil laut dalam pengembangan bisnis kepada beberapa UMKM.

##### 2. Bagi Masyarakat Pamekasan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dan pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Sehingga dengan adanya Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut ini tidak ada lagi masyarakat atau pelaku UMKM yang kebingungan menerapkan strategi bisnis dalam usahanya.

##### 3. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan bagi perpustakaan dan menjadi referensi oleh mahasiswa khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## **E. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) Dalam Pengembangan Strategi Bisnis Pada UMKM di Kabupaten Pamekasan” oleh karena itu penulis perlu menjelaskan makna kata yang terdapat dalam judul tersebut agar tidak terjadi kesalah pahaman bagi pembaca.

1. Forum Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) adalah forum yang terdiri dari pelaku usaha hasil olahan laut seperti ikan teri, maghrove, dll.
2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha kecil model baru dalam kegiatan perniagaan dan perdagangan yang menjadi sarana bantuan dalam meningkatkan perkonomian Negara. Dikatakan demikian karena UMKM juga menyerap lapangan pekerjaan serta meningkatkan pendapatan devisa Negara.
3. Strategi Bisnis adalah adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang Pengembangan Strategi Bisnis UMKM sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian tersebut akan dijadikan renfensi untuk melakukan untuk melakukan penelitian tentang Kontribusi Forum Komunikasi Pengolahan Hasil Laut (FKPHL) Dalam Pengembangan Strategi Bisnis UMKM di Kabupaten Pamekasan.

- a. Penelitian Yanti Salma dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa di Banda Aceh” Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis permasalahan yang dialami oleh UKM di Indonesia salah satunya adalah aspek pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi.<sup>16</sup>
- b. Penelitian Ratih Kumala dan Ahmad Junaidi dengan judul “Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Dan Era New Normal(Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace) “ Jurnal ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku UKM. Teknik data kualitatif dilakukan dengan mengupulkan, memilah, serta menganalisis data, dan akhirnya menyimpulkan data. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tiga responden strategi bisnis yang dilakukan pelaku UKM adalah berupa inovasi produk, sehingga peluang bisnis yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan. Pelaku UKM menyatakan telah memanfaatkan insentif pajak tersebut serta terus meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan.<sup>17</sup>
- c. Penelitian Yansahrita dengan judul “Penerapan Strategi Bisnis Untuk Kelangsungan Hidup Produk Usaha Kecil Dan Menengah Di Zaman Digital Atau Zaman Now” bertujuan mengeksplorasi upaya pertumbuhan produk dengan mengembangkan dan menerapkan srateggi bisnis pada pelaku UKM.

---

<sup>16</sup> Yanti Salma, “Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak *Meurasa* di Banda Aceh” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2020), 10.

<sup>17</sup> Ratih Kumala dan Ahmad Junaidi, “Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 dan Era New Normal” *Prosiding Seminar Stiami*, Vol 7, No.2 (Oktober, 2020), 98.

Beberapa langkah sederhana strategi bisnis UKM yang diberikan adalah langkah pemasaran yang efektif untuk UKM mulai dari membuat produk yang unik yang memiliki kreatifitas yang lebih ketimbang produk yang lain yang sejenis, jika mampu mengimplementasikan stratgi bisnis tersebut maka akan berpengaruh terhadap pendapatan warga yang akan meningkat dan tentunya kesejahteraan akan secara tidak langsung akan mengiringi meningkatnya pendapatan.<sup>18</sup>

**Tabel 1.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yanti Salma	“Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa di Banda Aceh.	Persamaannya adalah penelitian diatas sama-sama merupakan penelitian kuliitatif dan membahas tentang strategi UMKM.	Perbedaannya adalah penelitian diatas membahas tentang strategi secara khusus yaitu aspek strategi pemasaran UMKM

<sup>18</sup> Yansahrita, “Penerapan Strategi Bisnis Untuk Kelangsungan Hidup Produk Usaha Kecil Dan Menengah Di Zaman Digital Atau Zaman Now” *Jurnal Aktual Stie Trisna Negara*, Vol 16, No.1 (Juni, 2019), 39.

				sedangkan penelitian yang ditulis oleh peneliti membahas tentang strategi bisnis dalam pengembangan UMKM.
2	Ratuh Kumala dan Ahmad Junaidi	“Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Dan Era New Normal(Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace)	Persamaan pada penelitian yang ditulis oleh peneliti yaitu dalam penelitian diatas sama-sama membahas Strategi Bisnis UMKM	Perbedaannya terletak pada tujuan pada penelitian itu. Dimana dalam penelitian yang ditulis peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis dan

				<p>pemanfaatan kebijakan pajak pada UMKM. Sementara dalam penelitian ini hanya ingin mengetahui pengembangan strategi bisnis UMKM melalui sebuah forum.</p>
3	Yansahrta	<p>“Penerapan Strategi Bisnis Untuk Kelangsungan Hidup Produk Usaha Kecil Dan Menengah Di Zaman Digital Atau Zaman Now”</p>	<p>Persamaan dalam penelitian di atas sama-sama menggunakan strategi bisnis sedangkan</p>	<p>Perbedaannya terletak pada tujuan penelitiannya. Dimana pada penelitian diatas,peneliti bertujuan</p>

				<p>untuk menganalisis pendapatan masyarakat dengan menerapkan strategi bisnis pada UKM dan meningkatkan produk dizaman digital. Sedangkan dalam penelitian yang di tulis ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui dampak dan kontribusi</p>
--	--	--	--	---

				terhadap UMKM dan pengembangan strategi bisnis melalui sebuah forum.
--	--	--	--	---