

**HAMBATAN DAN SOLUSI BERWIRAUSAHA PADA  
PELAKU UMKM DESA TEBING TINGGI, KECAMATAN  
DANAU KERINCI, KABUPATEN KERINCI**

**SKRIPISI**



**OLEH:**

**MERYA NADILLA**  
**NIM: 2110402021**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI  
TAHUN 2025 M/1446 H**

**HAMBATAN DAN SOLUSI BERWIRAUSAHA PADA PELAKU  
UMKM DESA TEBING TINGGI, KECAMATAN DANAU KERINCI,  
KABUPATEN KERINCI**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kerinci*



**oleh:**


**MERYA NADILLA**  
**NIM: 2110402021**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI  
TAHUN 2025 M/1446 H**

**Yudesman, S.Ag., M.Ag.**  
Dosen Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Kerinci

Sungai Penuh, 29 April 2025  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Islam IAIN Kerinci  
di-

<b>AGENDA</b>	
NOMOR :	49
TANGGAL :	29 April 2025
PARAF :	

**NOTA DINAS**

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara: Merya Nadilla, NIM: 2110402021, yang berjudul "HAMBATAN DAN SOLUSI BERWIRSAHA PADA PELAKU UMKM DESA TEBING TINGGI, KECAMATAN DANAU KERINCI, KABUPATEN KERINCI" telah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka, dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikianlan kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, bangsa dan negara.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Pembimbing  
  
**Yudesman, S.Ag., M.Ag.**  
NIP.19721231 199803 1 010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
JL. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065  
Kode Pos 37112 Website: [www.iainkerinci.ac.id](http://www.iainkerinci.ac.id) e-mail : [info@iainkerinci.ac.id](mailto:info@iainkerinci.ac.id)

### **PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Rabu tanggal 07 Mei 2025, dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, 14 Mei 2025

### **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**Ketua Sidang/Pembimbing**

**Yuderman, S.Ag., M.Ag**  
**NIP. 197212311998031010**

**Penguji I**

**Prof. Dr. Azhar, M.Ag**  
**NIP. 196008041993031003**

**Penguji II**

**Yogi Ahmad Yani, M.M**  
**NIP. 199610152022031004**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : MERYA NADILLA  
Nim : 2110402021  
Tempat/Tanggal Lahir : Kerinci, 18 Maret 2004  
Alamat : Tebing Tinggi  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“HAMBATAN DAN SOLUSI BERWIRSAUSAHA PADA PELAKU UMKM DESA TEBING TINGGI, KECAMATAN DANAU KERINCI, KABUPATEN KERINCI”**. Karya tulis ini murni gagasan dan rumusan saya sendiri tanpa batuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan pembimbing. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain. Kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai Penuh, 17 April 2025

Yang Menyatakan,



**MERYA NADILLA**  
**NIM: 2110402021**

## PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### PERSEMBAHAN

*Perjuangan ini bukan sekadar langkah menuju akhir, tetapi awal dari perjalanan yang lebih bermakna. Setiap tetes keringat, air mata, dan doa yang terpanjat, kini menjelma menjadi sebuah karya yang penuh makna. Dan untuk semua cinta, doa, dan dukungan yang tak henti mengalir, dengan penuh rasa syukur, aku persembahkan skripsi ini kepada...*

- 1. Ibuku tercinta, Eti Herawati, Engkaulah alasan terbesarku bertahan. Doa, kasih, dan pengorbananmu yang tanpa batas menguatkanmu hingga titik ini. Semoga Allah membalas segala kebaikanmu dengan kebahagiaan yang tiada akhir.*
- 2. Ayahku tercinta, Fahdi. Dalam diam, engkau adalah pilar keteguhan dan kerja keras. Setiap langkahku adalah harapanmu yang kini coba kuperjuangkan. Terima kasih atas semua yang telah kau lakukan, semoga Allah selalu melimpahkan berkah dan kesehatan untukmu.*

### MOTTO

*Allah tidak menjanjikan kehidupanmu akan selalu mudah, tapi dua kali*

*Allah berjanji bahwa:*

*فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)*

*“maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Al- Insyirah: 5-6).*

**K E R I N C I**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.*

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Hambatan Dan Solusi Berwirausaha Pada Pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi, Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci”**. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak yang dengan tulus dan ikhlas telah memberikan bantuan dan nasehat kepada penulis.

Shalawat dan salam penulis sampaikan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah berusaha dengan sungguh-sungguh, ikhlas mengorbankan jiwa dan raga demi menegakkan Syariat Islam di pembukaan bumi ini.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, M.Si., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kerinci Dan Wakil Rektor I Bapak Dr. Faizin, S.Ag., M.Ag., Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. Ahmad Jamin, S.Ag, S.IP, M.Ag., Dan Wakil Rektor III Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A., dan Wakil Dekan I Ibu Dr. Zufriani, M.HI., Wakil Dekan II Bapak Dr. Aridem Vintoni, S.Pd., M.Pd., dan Wakil Dekan III Ibu Syamsarina, Lc., M.A.

3. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy.
4. Bapak Yudesman, S.Ag., M.Ag., yang dengan sabar dan bijaksana telah membimbing serta memberikan banyak arahan dan masukan berharga selama proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. Azhar, M.Ag., dan Bapak Yogi Ahmad Yani, M.M., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan evaluasi yang sangat membangun.
6. Pembimbing Akademik, Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A., atas arahan dan dukungannya selama masa perkuliahan.
7. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
8. Karyawan dan karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, khususnya kepada bagian akademik, yang telah membantu dan memfasilitasi kelancaran administrasi selama proses perkuliahan.
9. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi positif di bidang ilmu pengetahuan. Amin.

**Sungai Penuh, 18 Maret 2025**

**Merya Nadilla**

## ABSTRAK

**Merya Nadilla. 2110402021. Hambatan dan Solusi Berwirausaha Pada Pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci. Pembimbing. Yudesman, S.Ag., M.Ag.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hambatan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tebing Tinggi, serta merumuskan solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlangsungan dan daya saing usaha mereka. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama yang dihadapi pelaku UMKM meliputi keterbatasan modal, kondisi geografis yang kurang strategis, minimnya dukungan dari pemerintah desa, serta belum adanya program pelatihan kewirausahaan. Solusi yang dapat diterapkan antara lain pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, peningkatan inovasi produk, penguatan kerja sama kelembagaan, dan dorongan pemerintah desa untuk menyediakan program pendampingan serta bantuan modal. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman permasalahan UMKM di wilayah pedesaan dan dapat menjadi acuan bagi pengambil kebijakan serta pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM.

***Kata kunci: UMKM, Hambatan Usaha, Solusi Berwirausaha, Kewirausahaan***

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I

## ***ABSTRACT***

**Merya Nadilla. 2110402021. Obstacles and Entrepreneurial Solutions for MSME Actors in Tebing Tinggi Village, Danau Kerinci Subdistrict, Kerinci Regency. Mentor. Yudesman, S.Ag, M.Ag.**

*This study aims to analyze the obstacles faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tebing Tinggi Village, as well as to formulate applicable solutions to improve their business sustainability and competitiveness. This research employs a qualitative approach using data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the main challenges faced by MSME actors include limited capital, a geographically less strategic location, minimal support from the village government, and the absence of entrepreneurship training programs. Proposed solutions include utilizing social media for marketing, enhancing product innovation, strengthening institutional collaboration, and encouraging the village government to provide mentoring programs and capital assistance. This study contributes to a deeper understanding of MSME issues in rural areas and can serve as a reference for policymakers and business actors in developing strategies for MSME growth.*

**Keywords:** *MSMEs, Business Obstacles, Entrepreneurial Solutions, Rural Entrepreneurship*

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>NOTA DINAS</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.1.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Dasar Teoritis .....	13
2.1.1 Hambatan berwirausaha .....	13
2.1.2 Pemasaran.....	13
2.1.3 Inovasi .....	15
2.1.4 Wirausaha .....	19
2.1.5 UMKM.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Alur Berpikir.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Lokasi Penelitian .....	35
3.3 Fokus Penelitian .....	36
3.4 Pemilihan Informan .....	35

3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Analisis Data.....	39
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum .....	43
4.1.1 Kondisi Sosial dan Ekonomi Desa Tebing Tinggi .....	43
4.2 Data Fokus Penelitian.....	46
4.2.1 Hambatan yang Dihadapi Oleh Pelaku UMKM Dalam Menjalankan Usaha di Desa Tebing Tinggi.....	46
4.2.2 Faktor Penyebab yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha Untuk Menutup Usahanya.....	55
4.2.3 Solusi yang Tepat Guna Mengatasi Hambatan yang Dihadapi Oleh Pelaku UMKM, Serta Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha Mereka.....	64
4.3 Pembahasan .....	75
4.3.1 Identifikasi Hambatan Usaha yang Dihadapi Oleh Pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi.....	75
4.3.2 Faktor Penyebab Utama yang Memengaruhi Keputusan Pelaku Usaha Untuk Menutup Usahanya.....	80
4.3.3 Solusi Mengatasi Hambatan yang Dihadapi Oleh Pelaku UMKM, Serta Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha Mereka.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 INSTRUMEN WAWANCARA .....	98
LAMPIRAN 2 DATA IDENTITAS INFORMAN .....	110
LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI PENELITIAN .....	113
LAMPIRAN 4 DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	119



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat saat ini. Keberadaannya sangat penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,5% terhadap perekonomian Indonesia, menjadikannya sebagai tulang punggung ekonomi nasional. Selain itu, UMKM juga berperan dalam menciptakan kreativitas yang mendukung upaya pelestarian dan pengembangan tradisi serta budaya lokal (Fitriani dkk, 2024:430).

Pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh peran pengusaha dan kewirausahaan. Baik di negara-negara maju maupun di negara berkembang seperti Indonesia, kesadaran bahwa pentingnya kewirausahaan dalam pembangunan nasional semakin meningkat. Ini dapat dilihat dari kontribusi besar UMKM, terutama kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja serta fleksibilitasnya dalam menghadapi perubahan ekonomi (Putri dkk, 2020:2).

Sebagai sektor yang penting dalam perekonomian, UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui kerja keras dan ketekunan, para pelaku UMKM berusaha memperbaiki kondisi ekonomi mereka, baik secara individu maupun kelompok. Selain memberikan kontribusi terhadap pendapatan masyarakat, UMKM juga berperan dalam

menggerakkan perekonomian lokal dan menciptakan peluang usaha baru. Prinsip ini selaras dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya usaha dan perubahan dari dalam diri. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ...

*Artinya: "...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..." (QS. Ar-Ra'd: 11)*

Ayat ini memberikan motivasi bagi para pelaku UMKM untuk terus berusaha dan berinovasi dalam mengembangkan usaha mereka. Perubahan ke arah yang lebih baik hanya akan terjadi jika mereka berani mengambil langkah-langkah nyata, seperti meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, dan mengelola usaha dengan lebih profesional. Dengan kerja keras, ketekunan, dan inovasi, diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

Menurut (Hastuti dkk, 2023:3481), di daerah perdesaan, UMKM memiliki kontribusi yang sangat signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat lokal maupun nasional. UMKM di wilayah perdesaan berperan sebagai sumber utama pendapatan serta penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Namun, dalam perjalanannya, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia dalam pengembangannya mencakup beberapa aspek penting. Pertama, akses terhadap permodalan menjadi tantangan besar bagi sebagian besar UMKM, terutama yang berada di pedesaan. Kesulitan dalam memperoleh dana dan sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan produksi, kualitas produk, serta daya saing di pasar merupakan kendala umum. Kedua, masalah pemasaran dan branding juga menjadi hambatan yang sering dialami. Banyak UMKM kesulitan memasarkan produk mereka akibat keterbatasan akses ke jaringan dan pasar, serta kurangnya promosi dan distribusi yang efektif. Ketiga, peningkatan kualitas produk masih menjadi tantangan besar karena banyak pelaku UMKM belum memiliki keterampilan manajerial dan pengetahuan yang memadai untuk mengelola usaha secara profesional (Hanasi dkk., 2023).

Kondisi ini juga terlihat di Desa Tebing Tinggi yang terletak di Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci, merupakan salah satu dari 13 desa yang terdapat di kecamatan tersebut. Walaupun masih dianggap terpencil, tetapi desa ini sudah termasuk desa yang berkembang. Namun, jika dibandingkan dengan desa-desa sekitarnya, Desa Tebing Tinggi sedikit tertinggal, dari segi keragaman ekonomi.

Salah satu fenomena yang menjadi permasalahan di Desa Tebing Tinggi adalah adanya pelaku usaha yang memilih untuk menutup usahanya, dan hal ini sering sekali terjadi. Faktor penyebabnya di antaranya adalah sulitnya menjangkau pasar yang lebih luas hal ini disebabkan karena letak

geografis Desa Tebing Tinggi yang cukup jauh dari desa-desa lainnya sehingga sebagian besar konsumen yang ada hanyalah warga desa setempat.

Adapun berdasarkan data yang diperoleh dari sekretaris Desa Tebing Tinggi dan dari hasil observasi jumlah pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
Data jumlah pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi Tahun 2023

No	Jenis Usaha	Jumlah Pelaku Usaha	Skala usaha
1.	Warung sembako	17	Mikro
2.	Heler/penggilingan padi	1	Kecil
3.	Jual beli kulit manis	2	Kecil
4.	Bengkel Motor	1	Mikro
5.	Ayam petelur	2	Kecil
6.	Jual beli kopi	1	Kecil
7.	Usaha kuliner	5	Mikro

*Sumber: Sekretaris Desa (2024)*

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa pelaku usaha di Desa Tebing Tinggi pada tahun 2023 mayoritas berada pada skala usaha mikro, dengan 23 dari total 29 usaha tergolong mikro dan hanya 7 usaha yang berada pada skala kecil. Jenis usaha mikro didominasi oleh warung sembako, yang mencapai 17 unit dan memenuhi kebutuhan harian masyarakat desa. Usaha kecil yang ada mencakup sektor-sektor seperti penggilingan padi, jual beli kulit manis, peternakan ayam petelur, yang memiliki potensi untuk pasar lebih luas tetapi, masih terbatas dalam jumlah. Sementara itu, bidang usaha mikro lain seperti kuliner menunjukkan adanya keberagaman usaha di desa tersebut, tetapi umumnya masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan lokal. Namun, berdasarkan hasil observasi pada tahun 2024, jumlah usaha kuliner mengalami penurunan sebanyak 2 unit usaha, sehingga menjadi hanya 3 unit

usaha. Penurunan ini mengindikasikan adanya tantangan yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, khususnya dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Dengan demikian fokus penelitian ini adalah hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, yakni pelaku usaha mikro dan kecil.

Untuk observasi awal penulis juga melakukan wawancara dengan dua pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, yakni kepada pelaku usaha yang masih menjalankan usahanya dan juga kepada pelaku usaha yang tidak lagi menjalankan usahanya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam hambatan apa saja yang mereka hadapi.

Adapun wawancara pertama dilakukan kepada Ibuk Maiyanti pada Tanggal 05 November 2024 selaku pemilik warung sembako beliau mendirikan usahanya pada tahun 2021 di Desa Tebing Tinggi dan masih berjalan hingga sekarang. Dari hasil wawancara ini, ditemukan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah persaingan usaha. Di Tebing Tinggi, terdapat cukup banyak pemilik warung, sementara jumlah pembeli terbatas karena hanya berasal dari dalam desa.

Selanjutnya pada Tanggal 06 November 2024, wawancara kedua dilakukan kepada Ibuk Wati selaku pemilik usaha kuliner yang menjual sarapan pagi. Beliau mendirikan usahanya pada tahun 2023 dan hanya bertahan selama 3 bulan saja. Hal ini disebabkan karena pembeli di Desa Tebing Tinggi hanya ramai pada awal-awal usaha dibuka, tetapi seiring berjalannya waktu, jumlah pembeli semakin berkurang. Hal ini disebabkan

oleh terbatasnya jumlah pembeli yang hanya berasal dari desa tersebut, dan tidak semua pelanggan akan membeli setiap hari. Akibatnya, pelaku usaha kesulitan untuk mendapatkan pelanggan tetap. Pada akhirnya, karena sepi pembeli dan modal yang semakin menipis, pemilik usaha memutuskan untuk menutup usahanya.

Untuk mengatasi permasalahan ini, penggunaan media sosial sebagai media promosi dapat menjadi solusi efektif. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka hingga ke wilayah yang lebih luas tanpa terhalang oleh batasan geografis. Dengan menggunakan media sosial, pelaku usaha dapat menampilkan produk mereka kepada calon pelanggan dari luar desa, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal.

Selain itu, inovasi dalam produk juga menjadi kunci keberlanjutan usaha. Dengan menciptakan produk yang unik, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pasar, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka. Inovasi juga dapat membantu pelaku usaha menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan beragam.

Terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai hambatan-hambatan dalam berwirausaha, yakni dalam penelitian Ningtyas & Kusuma, (2024:104) yang mengemukakan bahwa salah satu hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dalam hal manajemen, sumber daya manusia, pemasaran, dan teknologi

sehingga dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar. Adapun menurut Faristania dkk, (2024:266) mengemukakan bahwa keterbatasan modal juga merupakan masalah yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM.

Hal ini serupa dengan yang dikemukakan oleh Suci, (2017:2) yang menyatakan bahwa kelemahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan kapasitas usaha cukup kompleks dan mencakup berbagai faktor yang saling berhubungan di antaranya, seperti kurangnya akses permodalan, baik dari segi jumlah maupun sumbernya, rendahnya kemampuan manajerial dan keterampilan operasional dalam mengorganisasi usaha, serta terbatasnya akses pemasaran. Selain itu, persaingan yang tidak sehat dan tekanan ekonomi juga menyebabkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas dan sempit.

Hambatan ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya, (2021:349) di Kecamatan Cileungsi dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa Hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Cileungsi adalah aspek pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam strategi pemasaran untuk bersaing di dunia bisnis yang kompetitif. Selain itu, kendala lain yang signifikan adalah dalam manajemen keuangan. Banyak pelaku UMKM masih kesulitan dalam mengelola pembukuan keuangan secara efektif.

Selain itu Septiana, (2019:15) juga mengemukakan bahwa masalah-masalah yang sering timbul dalam pengembangan UMKM adalah masalah pemasaran, masalah *product development quality* dan masalah permodalan.

Allah juga memberikan motivasi dalam Al-Qur'an bagi mereka yang menghadapi kesulitan dalam berusaha:

...وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ( ٢ ) وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ( ٣ )

*Artinya: "...Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan memberinya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan keperluannya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang dikehendaki-Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu." (QS. At-Talaq: 2-3)*

Dalam tafsir Ibnu Katsir, bagian akhir QS. At-Talaq ayat 2 menegaskan bahwa orang yang bertakwa kepada Allah dengan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya akan mendapatkan jalan keluar dari setiap kesulitan dan diberikan rezeki dari arah yang tidak terduga-duga. Pada QS. At-Talaq ayat 3, Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda:

*"Barang siapa banyak beristighfar (memohon ampunan), maka Allah akan menjadikan baginya setiap kesusahan menjadi kemudahan, setiap kesempitan menjadi kelapangan, dan akan Dia karuniai rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka." (HR. Ahmad, Abu Dawud, Ibnu Majah).*

Hadits lain dalam riwayat Tirmidzi menyebutkan bahwa jika seseorang menjaga ketaatan kepada Allah dengan memegang teguh tauhid dan mengamalkan syariat-Nya, maka Allah akan menjaga dan mencukupinya.

Tafsir ini menekankan bahwa dalam menghadapi kesulitan hidup, seorang mukmin hendaknya bertawakal kepada Allah. Usaha manusia tetap penting, tetapi tanpa ridha-Nya, usaha itu tidak akan membuahkan hasil. Allah-lah yang mengatur rezeki dan menetapkan ketentuan bagi setiap makhluk sesuai dengan kehendak-Nya (Qatrunnada, 2024).

Ayat ini memberikan pelajaran berharga bagi siapa saja yang sedang berjuang, termasuk pelaku UMKM, yang kerap menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, persaingan usaha, dan ketidakpastian pasar. Dalam dunia usaha, ketakwaan dapat diwujudkan melalui kejujuran, menjaga etika bisnis, serta mencari rezeki yang halal. Sementara itu, tawakal bukan berarti menyerah tanpa usaha, melainkan sikap yakin bahwa setelah melakukan ikhtiar maksimal, hasilnya sepenuhnya berada di tangan Allah.

Dengan adanya berbagai hambatan yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai hambatan apa saja yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi dan bagaimana solusi yang tepat untuk masalah-masalah tersebut. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan yang menghalangi perkembangan UMKM di desa tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan solusi yang tepat guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM sesuai dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat.

Maka, berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk meneliti **“Hambatan dan Solusi Berwirausaha Pada Pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi, Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.1.1 Apa saja hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di Desa Tebing Tinggi?
- 1.1.2 Apa saja faktor penyebab yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya?
- 1.1.3 Solusi apa yang dapat diterapkan untuk membantu pelaku UMKM mengatasi hambatan tersebut dan meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usaha di Desa Tebing Tinggi.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penyebab utama yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya.

1.3.3 Untuk merumuskan solusi yang tepat guna mengatasi hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

### 1.1.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan mengenai hambatan dalam pengembangan UMKM, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Tebing Tinggi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan terkait pendekatan dan strategi yang relevan dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM, yang dapat menjadi referensi dalam studi kewirausahaan dan ekonomi lokal.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi mengenai faktor-faktor yang menghambat perkembangan usaha mereka, serta menawarkan solusi untuk mengatasi hambatan tersebut guna meningkatkan keberlanjutan usaha.

#### 2. Bagi pengambil kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan instansi terkait dalam merumuskan

kebijakan yang lebih efektif untuk mendukung perkembangan UMKM di Desa Tebing Tinggi dan sekitarnya. Kebijakan tersebut dapat berupa peningkatan akses permodalan, pelatihan kewirausahaan, dan pengembangan akses pasar.

### 3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi dan landasan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai hambatan dan solusi berwirausaha pada pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan atau terpencil. Dengan demikian, peneliti lain dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut terkait dengan faktor-faktor spesifik yang memengaruhi keberhasilan UMKM di berbagai konteks wilayah atau menerapkan model solusi yang lebih efektif bagi pengembangan UMKM di desa-desa lainnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Dasar Teoritis**

##### **2.1.1 Hambatan berwirausaha**

Hambatan merupakan suatu hal yang bersifat negatif di mana dapat menghambat atau menghalangi kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Sehingga hambatan ini menjadi sebuah rintangan seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu (Suyedi & Idrus, 2019:124).

Dalam penelitian Stroila tentang kewirausahaan, istilah hambatan mengacu pada faktor-faktor yang menyulitkan seseorang untuk memulai sebuah bisnis. Istilah lain yang sering digunakan oleh para peneliti untuk menggambarkan hambatan ini termasuk rintangan, masalah, dan kesulitan (Ghina & Gushendri, 2022:271).

Jadi hambatan merupakan faktor negatif yang menghalangi seseorang dalam melakukan aktivitas atau memulai bisnis. Dalam konteks kewirausahaan, hambatan dapat berupa rintangan, masalah, atau kesulitan yang membuat proses membangun usaha menjadi lebih sulit.

##### **2.1.2 Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan usaha, termasuk pada UMKM. Menurut Kotler dan Keller, (dalam Isra, dkk 2024:2) pemasaran merupakan aktivitas utama yang

harus dijalankan oleh perusahaan, baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa, untuk menjaga keberlangsungan operasionalnya.

Adapun menurut Menurut Stanton (dalam Reken, dkk 2016:2) pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan komersial yang berpusat pada perancangan, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta calon pembeli.

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Pemasaran adalah aktivitas utama yang mencakup perancangan, harga, promosi, dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta mendukung keberlangsungan usaha.

Dalam konteks UMKM, penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai media pemasaran menjadi strategi yang efektif. hal ini disebabkan karena media sosial memiliki kelebihan yang telah dijelaskan oleh (Fadli dkk, 2016) diantaranya adalah:

#### 1. Kecepatan Penyebaran

Pemasaran melalui media sosial memungkinkan informasi atau promosi produk tersebar dengan cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, hasilnya dapat langsung diketahui dan diukur secara *real-time*.

#### 2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media sosial, UMKM bisa langsung melihat seberapa efektif iklan mereka, seperti berapa banyak orang

yang melihat produk, berapa banyak yang membeli, dan lainnya. Informasi ini membantu untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran.

### 3. Jangkauan Lebih Luas

Media sosial memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke seluruh dunia. Hanya dengan beberapa langkah mudah, produk bisa dikenal banyak orang melalui internet.

### 4. Murah dan Efektif

Berbeda dengan pemasaran tradisional yang mahal, pemasaran melalui media sosial jauh lebih murah dan efektif. UMKM bisa menghemat anggaran hingga 40%, dan banyak pengusaha kecil beralih ke media sosial karena hasilnya lebih efektif.

## 2.1.3 Inovasi

### 2.1.3.1 Pengertian Inovasi

Pengertian dasar inovasi (*innovation*) berasal dari kata Latin *innovationem*, yang merujuk pada sesuatu yang baru atau hal yang belum pernah ada sebelumnya (Diharto., 2022:3).

Inovasi adalah kemampuan untuk mewujudkan ide-ide kreatif dalam mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang yang tersedia guna meningkatkan serta memperkaya kualitas hidup seseorang (Bunga, 2018:26).

Menurut Rosenfeld (dalam Idris, dkk 2022:3) inovasi adalah proses mengubah pengetahuan menjadi produk, proses, atau layanan baru, serta melibatkan tindakan dalam memanfaatkan hal-hal baru.

Menurut Kotler (dalam Bunga., 2018:26) inovasi berkaitan dengan barang, jasa, atau ide yang dianggap memiliki nilai oleh seseorang. Dalam sebuah perusahaan, inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan produk maupun inovasi dalam manajemen.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan memanfaatkan ide-ide kreatif dan pengetahuan untuk menghasilkan produk, layanan, atau solusi yang bernilai, baik untuk individu maupun perusahaan, guna meningkatkan kualitas hidup dan kinerja.

#### 2.1.3.2 Jenis-jenis Inovasi

Menurut Nasution (dalam Bunga., 2018:26)., ada tiga jenis inovasi, yakni:

##### 1. Inovasi Produk

Dapat diartikan sebagai produk atau layanan baru yang diluncurkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, inovasi juga merujuk pada proses penerapan teknologi baru. Proses ini menghasilkan

barang dan jasa baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

## 2. Inovasi Proses

Inovasi proses adalah elemen baru yang diterapkan dalam kegiatan operasional produksi barang dan jasa di perusahaan, mencakup bahan baku, spesifikasi tugas, mekanisme kerja, informasi, serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi.

## 3. Inovasi Administrasi

Inovasi ini berhubungan erat dengan perubahan metode operasional bisnis yang secara efektif dapat diimplementasikan dalam struktur dan kebijakan organisasi, metode kerja, serta prosedur lain yang mendukung produksi, pembiayaan, dan pemasaran produk atau jasa. Inovasi administrasi juga mencakup perubahan yang memengaruhi kebijakan organisasi, distribusi sumber daya, dan berbagai faktor terkait struktur sosial organisasi yang berdampak langsung maupun tidak langsung pada aktivitas utama organisasi.

### 2.1.3.3 Ciri-ciri Inovasi

Menurut Idris, dkk. (2022:144) ciri-ciri inovasi adalah sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas, Sebuah ide dapat dianggap sebagai inovasi jika memiliki karakteristik yang khas dan unik.
2. Merupakan ide baru, Inovasi adalah ide yang orisinal, belum pernah dipublikasikan, atau diungkapkan sebelumnya oleh pihak lain.
3. Dilakukan secara terencana, Sebuah ide hanya dapat disebut inovasi jika dikembangkan secara sengaja dan melalui perencanaan yang matang.
4. Memiliki tujuan, Inovasi dilaksanakan dengan tujuan yang jelas, sejalan dengan pengembangan yang terencana dan disengaja.

#### 2.1.3.4 Tujuan Inovasi

Menurut Diharjo, (2022:47) tujuan inovasi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas. Tujuan utama inovasi di berbagai bidang adalah untuk meningkatkan kualitas dan nilai dari sesuatu yang telah ada, baik itu produk maupun layanan. Melalui inovasi terbaru, diharapkan produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih baik dibandingkan sebelumnya.
2. Mengurangi biaya. Inovasi juga bertujuan untuk membantu menekan pengeluaran, terutama dalam hal biaya tenaga kerja.

## 2.1.4 Wirausaha

### 2.1.4.1 Pengertian Wirausaha

Wirausaha merupakan orang yang mendobrak system ekonomi yang sudah ada sebelumnya dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, sehingga menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru (Widodo, 2017:1).

Adapun menurut wirausaha merupakan seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi (Firmansyah, 2019:2).

Sedangkan menurut Marzuki Usman (dalam Kintoko dkk, 2023:8) wirausaha adalah individu yang mampu memanfaatkan dan menggabungkan berbagai sumber daya, seperti keuangan, tenaga kerja, bahan baku, dan keterampilan, untuk menciptakan produk, bisnis, proses produksi, serta membangun organisasi usaha baru. Selain itu, seorang wirausaha memiliki kombinasi elemen internal yang mencakup kemampuan komunikasi, motivasi, optimisme, semangat, dorongan, dan kecakapan dalam memanfaatkan peluang usaha.

Dari penjelasan di atas dapat diambil definisi bahwa wirausaha adalah individu yang berani berinovasi dengan memperkenalkan produk atau jasa baru, menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku baru.

#### 2.1.4.2 Ciri-ciri Wirausaha

Adapun ciri-ciri wirausaha menurut Firmansyah, (2019:5) adalah sebagai berikut:

1. Seorang wirausaha harus memiliki keberanian dan daya kreasi, tidak takut bermimpi atau merencanakan, serta mampu mengatasi ketakutan yang dapat menghambat proses tersebut. Penting untuk mengingat konsep STOP (*Stop, Think, Observation, Plan*) ketika menghadapi kendala.
2. Keberanian mengambil risiko menjadi ciri utama, yang perlu didukung oleh perencanaan matang dan pengamatan terhadap ide yang dikembangkan.
3. Seorang wirausaha harus memiliki semangat dan tekad kuat untuk meraih kesuksesan.
4. Kemampuan untuk melakukan analisis yang tepat, berbasis pengetahuan yang memadai, sangat diperlukan agar keputusan mendekati tujuan yang diinginkan

5. Wirausaha harus memiliki pola hidup yang tidak konsumtif, di mana konsumsi pribadi lebih kecil daripada pendapatan.
6. Seorang wirausaha perlu memiliki jiwa kepemimpinan untuk mengembangkan bisnis secara efektif.
7. Orientasi ke masa depan adalah penting, dengan kreativitas dan inovasi yang terus mendorong wirausaha mencari peluang baru.

#### 2.1.4.3 Tujuan Berwirausaha

Adapun tujuan berwirausaha menurut Kintoko dkk, (2023:8) adalah sebagai berikut:

1. Berupaya untuk meningkatkan jumlah wirausahawan yang berkualitas, serta berkontribusi dalam melahirkan calon-calon wirausaha guna membangun jaringan bisnis yang lebih solid.
2. Berwirausaha bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dan negara.
3. Turut serta dalam membangun dan mengembangkan kesadaran serta orientasi kewirausahaan yang kuat.
4. Menyebarkan serta mempromosikan budaya kewirausahaan di lingkungan sekitar, terutama dalam masyarakat.

5. Mengembangkan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan dinamika dalam dunia bisnis, sehingga kemakmuran dapat terwujud.

## 2.1.5 UMKM

### 2.1.5.1 Pengertian UMKM

Menurut Saefulla, (2022:15) UMKM didefinisikan berdasarkan sejumlah kriteria dan karakteristik, seperti jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan, besarnya modal dan omzet yang dihasilkan. Selain itu, UMKM juga dapat dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, struktur organisasi dan manajemen, dan juga orientasi pasarnya.

Adapun menurut Sarjama, (2021:21) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bergerak di berbagai sektor ekonomi. Adapun perbedaan antara usaha mikro, kecil, dan menengah dapat dilihat dari nilai aset awal, rata-rata omzet tahunan, serta jumlah karyawan tetap yang dimiliki.

Jadi dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan jenis usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha di berbagai sektor ekonomi yang dapat dikelompokkan berdasarkan pendapatan yang diperoleh.

### 2.1.5.2 Ciri-ciri UMKM

Ismet Abdullah (Dalam Saragih, 2019) menjelaskan bahwa UMKM dapat dijelaskan berdasarkan kelompok usahanya. Adapun usaha mikro ciri-cirinya sebagai berikut:

1. Belum melakukan manajemen atau pencatatan keuangan, bahkan dalam bentuk yang sederhana, dan hanya sedikit yang mampu membuat neraca usahanya.
2. Para pengusaha atau sumber daya manusia (SDM) umumnya memiliki tingkat pendidikan yang sangat rendah, biasanya hanya sampai tingkat SD, dan belum memiliki jiwa kewirausahaan yang cukup.
3. Biasanya, mereka tidak atau belum mengenal perbankan, namun lebih akrab dengan rentenir atau tengkulak.
4. Sebagian besar tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
5. Jumlah tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki umumnya kurang dari 4 orang. Anggota koperasi tertentu biasanya berada pada skala mikro.
6. Perputaran usaha (*turnover*) mereka umumnya cepat dan mampu menyerap dana yang relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, bisnis mereka tetap berjalan dan

bahkan dapat berkembang karena biaya manajemen yang relatif rendah.

7. Secara umum, pelaku usaha mikro memiliki sifat yang tekun, sederhana, dan dapat menerima bimbingan jika diberikan dengan pendekatan yang tepat.

Ciri-ciri usaha kecil sebagai berikut:

1. Umumnya, mereka sudah melakukan pembukuan atau manajemen keuangan. Meskipun masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga, dan neraca usaha telah dibuat.
2. Sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki sudah lebih berkembang, dengan rata-rata pendidikan setingkat SMA dan memiliki pengalaman dalam berbisnis.
3. Sebagian besar sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
4. Sebagian besar sudah menjalin hubungan dengan perbankan, tetapi belum mampu membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan, dan proposal kredit untuk bank, sehingga masih memerlukan bantuan dari konsultan atau pendamping.
5. Jumlah tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki berkisar antara 5 hingga 19 orang.

Usaha menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Umumnya, telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih terstruktur, bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran, dan produksi.
2. Telah menerapkan manajemen keuangan dengan menggunakan sistem akuntansi yang teratur, sehingga memudahkan proses audit dan penilaian, termasuk pemeriksaan oleh pihak bank.
3. Telah melakukan pengaturan atau pengelolaan tenaga kerja dan menjadi anggota organisasi buruh. Sudah memiliki program Jamsostek dan layanan pemeliharaan kesehatan.
4. Telah memenuhi semua persyaratan legalitas, seperti izin gangguan (HO), izin usaha, izin lokasi, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan, dan lainnya.
5. Sudah sering menjalin kemitraan dan memanfaatkan pendanaan yang disediakan oleh bank.
6. Kualitas sumber daya manusia (SDM) telah meningkat dengan melibatkan lulusan sarjana sebagai manajer.

#### 2.1.5.3 Keunggulan dan kelemahan UMKM

Adapun menurut Handini, (2019) keunggulan dan kelemahan UMKM adalah sebagai berikut:

## 1. Keunggulan UMKM

Keunggulan yang dimiliki oleh usaha UMKM yang pertama adalah inovasi teknologi lebih mudah diterapkan dalam pengembangan produk. Yang kedua, hubungan interpersonal di dalam perusahaan kecil lebih erat. Ketiga, UKM lebih fleksibel dan cepat beradaptasi terhadap perubahan kondisi pasar dibandingkan perusahaan besar yang biasanya lebih birokratis. Terakhir, terdapat dinamika manajerial yang lebih dinamis serta peran kewirausahaan yang signifikan.

## 2. Kelemahan UMKM

Kelemahan UMKM adalah sebagai berikut:

1. Mereka menghadapi kesulitan dalam pemasaran, di mana studi lintas negara oleh James dan Akarasanee (1988) menunjukkan bahwa pengusaha UMKM di negara-negara ASEAN sering menghadapi tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk serupa yang dibuat oleh perusahaan besar atau produk impor, maupun di pasar ekspor.
2. Keterbatasan finansial menjadi masalah bagi UMKM di Indonesia, terutama dalam hal modal awal dan modal kerja, serta akses terhadap pendanaan jangka panjang

yang diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.

3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) juga menjadi hambatan serius, terutama dalam bidang-bidang seperti kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, kontrol kualitas, akuntansi, pengoperasian mesin, organisasi, pengolahan data, pemasaran, dan penelitian pasar. Keahlian ini penting untuk menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi, dan memperluas pangsa pasar.

4. Masalah bahan baku juga sering menjadi kendala, terutama selama masa krisis ekonomi ketika harga bahan baku melonjak akibat depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS. Banyak sektor UMKM seperti industri sepatu dan tekstil mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku.

5. Keterbatasan teknologi merupakan tantangan signifikan bagi UMKM di Indonesia, yang umumnya masih menggunakan mesin-mesin tua atau alat produksi manual. Keterbelakangan ini menyebabkan rendahnya efisiensi produksi dan kualitas produk, serta kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar global. Keterbatasan teknologi ini disebabkan oleh kurangnya

modal untuk investasi mesin baru, minimnya informasi tentang teknologi terkini, dan keterbatasan SDM yang mampu mengoperasikan peralatan baru.



## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Tahun dan Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Mediany Kriseka Putri, dan Astri Ghina, Andika Kurniawan, (2020) Identifikasi motivasi dan hambatan wanita pengusaha (Studi Pada Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Kota Depok)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota IWAPI Kota Depok termotivasi untuk berwirausaha terutama oleh faktor <i>Capital</i> (modal yang memadai) dengan nilai 80,11%. Namun, mereka juga menghadapi hambatan terbesar dari faktor <i>Risk</i> (risiko), yang memiliki nilai 82,22%. Ini menegaskan bahwa ketersediaan modal menjadi pendorong utama, sementara kekhawatiran terhadap risiko merupakan tantangan signifikan dalam kewirausahaan wanita di daerah tersebut.	Sama-sama menganalisis hambatan utama yang memengaruhi keberlangsungan usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner, mengukur skor dan persentase dari tanggapan responden.</li> <li>- Penelitian ini Fokus pada motivasi dan hambatan wanita pengusaha yang tergabung dalam Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) di Kota Depok.</li> </ul>
2	Pelangi Angga Saputri, Siti Khomsatun, Sunandie Eko Ginanjar, (2024) Analisis Kendala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung terhambat oleh faktor-faktor seperti kurangnya promosi dan pemasaran, serta masalah permodalan. Dukungan dari	Fokus penelitian sama-sama meneliti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai subjek utama, khususnya terkait hambatan usaha.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian adalah daerah perkotaan dan pedesaan di Kabupaten Bandung</li> </ul>

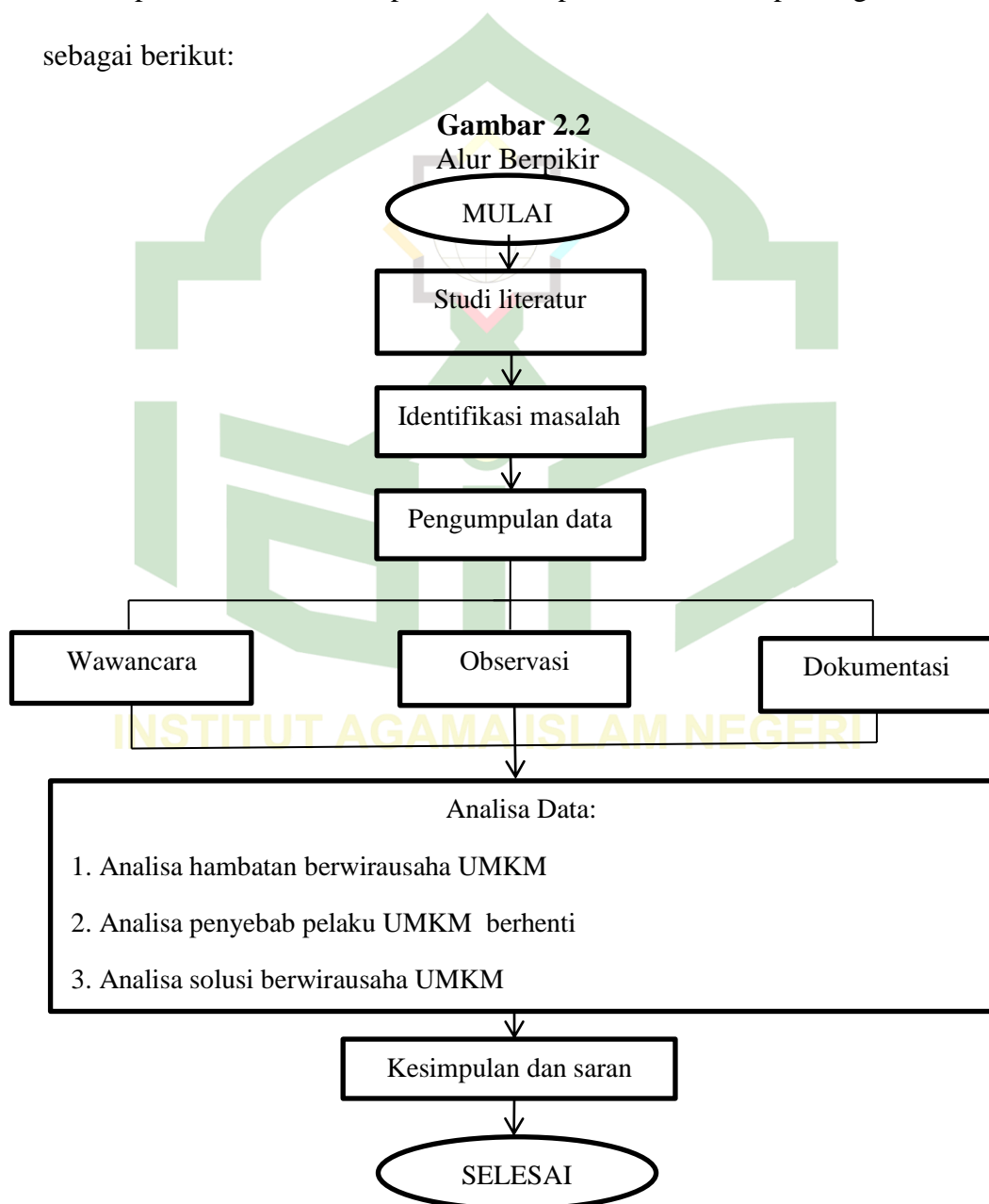
	(UMKM) Di Kabupaten Bandung	pemerintah daerah dan sektor perbankan sangat diperlukan untuk meningkatkan akses pembiayaan dan program pemberdayaan. Dinas Koperasi dan UKM telah menerapkan strategi pemberdayaan melalui penyuluhan dan pelatihan. Selain itu, penelitian juga menganalisis dampak kebijakan kredit usaha rakyat (KUR) terhadap kinerja UMKM, menekankan pentingnya program berkelanjutan untuk meningkatkan potensi UMKM di daerah tersebut.		
3	Awang Surya, (2021) Analisis faktor penghambat umkm di Kecamatan Cileungsi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Kecamatan Cileungsi menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam pemasaran dan keuangan. Mayoritas pelaku UMKM adalah usaha mikro, dengan jenis usaha kuliner yang paling banyak. Banyak pelaku UMKM tidak melakukan pembukuan keuangan yang baik, dan keterbatasan modal menjadi salah satu kendala utama. Penelitian ini merekomendasikan perlunya pelatihan dan pembinaan untuk	Penelitian ini sama-sama berfokus pada pelaku UMKM sebagai subjek utama dan mengidentifikasi hambatan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.	- Lokasi penelitian ini berfokus pada UMKM di wilayah Cileungsi, bagian dari daerah penyangga Ibu Kota, dengan perkembangan pesat dan berbagai sektor usaha.

		meningkatkan kemampuan pemasaran dan manajemen keuangan pelaku UMKM		
4	Qomariah lahamid, Nurlasera, (2015) Hambatan dan upaya usaha mikro kecil menengah (UMKM) kreatif berbasis syariah di Kota Pekanbaru	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kreatif berbasis syariah di Kota Pekanbaru menghadapi hambatan dalam penerapan prinsip syariah, akses pembiayaan dari bank syariah, dan hubungan dengan pemerintah. Meskipun demikian, pelaku usaha berupaya mengatasi tantangan ini melalui pelatihan dan seminar untuk meningkatkan pengetahuan bisnis syariah. Karakteristik responden didominasi oleh laki-laki berusia 20-29 tahun, dan penelitian menekankan pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam produk, transaksi, dan sumber daya manusia untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan	Fokus penelitian sama-sama membahas permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya hambatan dalam menjalankan usaha dan upaya untuk mengatasinya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian di Kota Pekanbaru</li> <li>- Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menambahkan kuesioner dengan 40 responden</li> <li>- Penelitian ini meneliti UMKM kreatif berbasis syariah, dengan fokus pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aspek seperti produk, transaksi, dan pengelolaan.</li> </ul>
5	Dwi Prasetyani, Nanda A Purusa, dan Indra Hasbianto, (2016) Studi empiris wirausaha perempuan di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap hambatan yang dihadapi, di mana semakin tinggi pendidikan, semakin rendah hambatan yang	Kedua penelitian membahas hambatan yang dihadapi pelaku usaha, khususnya terkait keterbatasan sumber daya yang memengaruhi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokus pada wirausaha perempuan, khususnya faktor pendidikan, hubungan sosial, dan dukungan keluarga terhadap motivasi dan keberhasilan usaha</li> <li>- Metode penelitian yang</li> </ul>

	<p>Surakarta : faktor-faktor yang Mempengaruhi motivasi, hambatan dan Keberhasilan usaha</p>	<p>dirasakan, sehingga meningkatkan motivasi berwirausaha. Keterampilan manajerial memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu, hubungan sosial dan dukungan suami terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, membantu wirausaha perempuan mengatasi tantangan. Secara keseluruhan, variabel-variabel independen dapat menjelaskan 52.8% variasi dalam keberhasilan usaha, menekankan pentingnya pendidikan dan dukungan sosial dalam meningkatkan motivasi dan mengurangi hambatan bagi wirausaha perempuan, serta memberikan wawasan tentang karakteristik kewirausahaan dalam konteks budaya Jawa.</p>	<p>keberhasilan usaha.</p>	<p>digunakan adalah kuantitatif dengan model ekonometrika untuk mengukur hubungan antara variabel independen (pendidikan, keterampilan manajerial, hubungan sosial, dan dukungan suami) dengan hambatan dan keberhasilan usaha.</p>
--	--	---	----------------------------	---

### 2.3 Alur Berpikir

Alur berpikir adalah rangkaian logis yang menggambarkan proses berpikir peneliti dalam menyusun dan menjalankan penelitian, mulai dari identifikasi masalah hingga penarikan kesimpulan dan saran. Alur ini disusun secara sistematis untuk menunjukkan hubungan antara bagian-bagian penting dalam penelitian. Alur berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Ditinjau dari jenis datanya metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif dipilih untuk mendalami berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi serta mengidentifikasi solusi yang relevan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat.

Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik dan lebih bagaimana peneliti memahami dan menafsirkan makna dalam suatu peristiwa, interaksi atau tingkah subjek dalam situasi tertentu berdasarkan perspektif penelitinya (Fiantika et al., 2022:3).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali fenomena secara mendalam melalui pengamatan dan wawancara langsung, sehingga peneliti dapat memahami permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dari sudut pandang mereka sendiri. Dalam hal ini, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik mengenai hambatan berwirausaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi.

Pendekatan ini juga memudahkan peneliti untuk memberikan gambaran rinci mengenai kondisi yang memengaruhi keberlangsungan usaha UMKM di desa tersebut, baik untuk pelaku usaha yang masih aktif maupun yang sudah berhenti beroperasi. Dengan metode ini, diharapkan dapat ditemukan solusi

konkret yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM setempat, sesuai dengan kebutuhan lokal.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian untuk judul penelitian "Hambatan dan Solusi Berwirausaha pada Pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci" adalah di Desa Tebing Tinggi. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena Desa Tebing Tinggi memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup signifikan, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dan representatif untuk mengetahui hambatan dalam berwirausaha di daerah tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah usaha yang berhenti beroperasi karena berbagai alasan. Fenomena ini menarik perhatian peneliti untuk memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang menghambat para pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, serta solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, baik yang masih beroperasi maupun yang telah menutup usahanya. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk merumuskan solusi yang relevan dan aplikatif guna membantu pelaku usaha mengatasi kendala tersebut.

### **3.4 Pemilihan Informan**

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo (dalam Kumara, 2018:4). Teknik

*purposive sampling* merupakan metode pengambilan subjek penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini tidak diambil secara acak, tetapi dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun ciri-ciri informan yang dipilih dalam kegiatan penelitian ini sebagai berikut:

1. *Key Informan*

*Key informan* dalam penelitian ini adalah Kepala Desa Tebing Tinggi. Kepala desa dipilih karena memiliki peran penting dalam memberikan informasi mendalam terkait kondisi sosial, ekonomi, dan kebijakan yang memengaruhi perkembangan UMKM di desa.

2. Informan Utama

Informan utama adalah pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Adapun ciri-ciri informan utama meliputi:

1. Pelaku UMKM yang aktif, informan adalah pelaku UMKM yang masih menjalankan usahanya minimal selama 1 tahun di Desa Tebing Tinggi. Mereka dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam menghadapi hambatan berwirausaha yang akan dianalisis dalam penelitian ini.
2. Pelaku UMKM yang telah berhenti, informan yang telah menghentikan usaha mereka juga dipilih untuk memahami alasan dan faktor-faktor yang menyebabkan mereka berhenti berwirausaha.

3. Variasi jenis usaha, informan diambil dari berbagai sektor usaha, seperti perdagangan dan produksi untuk mendapatkan sudut pandang yang luas tentang hambatan dalam berbagai jenis UMKM.
4. Keterbukaan dalam memberikan informasi, Informan yang dipilih adalah mereka yang bersedia dan mampu memberikan informasi secara mendalam mengenai pengalaman pribadi dan hambatan yang mereka hadapi dalam menjalankan UMKM.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Teknik wawancara merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik ini juga dapat diartikan sebagai cara untuk memperoleh data dengan bertanya langsung melalui interaksi tatap muka dengan responden atau informan yang menjadi bagian dari penelitian (Rahmadi, 2018:75).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan panduan wawancara dengan pertanyaan terbuka untuk memberikan keleluasaan kepada informan dalam menjelaskan pengalaman mereka secara mendalam dan detail. Wawancara ini akan berfokus pada tantangan yang dihadapi

pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya, dan alasan di balik keputusan mereka untuk bertahan atau berhenti.

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang terjadi pada objek penelitian (Rahmadi, 2018:80).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi dengan mengamati perilaku pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Observasi ini meliputi kegiatan usaha harian mereka, seperti interaksi dengan pelanggan, pengelolaan produk, dan pengambilan keputusan terkait usaha. Data yang dikumpulkan akan mencakup jenis usaha yang dijalankan, cara mereka mengatasi hambatan. Peneliti juga akan memperhatikan lingkungan sosial dan ekonomi sekitar yang dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan pelaku UMKM.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan berbagai dokumen (informasi yang didokumentasikan), baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam (Rahmadi., 2018:85).

Dalam penelitian ini, dokumentasi akan digunakan untuk melengkapi dan mendukung data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan dapat berupa foto-foto aktivitas UMKM serta dokumen tertulis lain yang terkait dengan

kegiatan berwirausaha di Desa Tebing Tinggi. Dokumentasi ini akan membantu memberikan bukti konkret mengenai kondisi usaha dan konteks sosial ekonomi yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

### 3.6 Analisis Data

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis Miles dan Huberman. Nasution, (2023:132-133) menjelaskan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Reduksi data merupakan proses merangkul, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data melibatkan pengorganisasian dan penyusunan data yang sudah direduksi ke dalam bentuk yang sederhana, sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini penyajian *data display* dengan penyajian data yang diperoleh dari berbagai sumber. Data tersebut kemudian dideskripsikan dalam bentuk uraian atau kalimat-kalimat sesuai dengan pendekatan kualitatif, sehingga tersaji dalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Menarik kesimpulan)

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Peneliti membuat kesimpulan awal yang diajukan bersifat sementara

dan dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung langkah pengumpulan data berikutnya

### 3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

#### 3.7.1 Kredibilitas Data

##### 1. Memperpanjang keterlibatan peneliti

Dalam proses pengumpulan data di lapangan sangat penting, terutama dalam penelitian kualitatif, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data. Peneliti turun langsung ke lapangan menggunakan berbagai alat untuk mengumpulkan atau menghasilkan data. Menurut kanto (dalam Haryoko, 2020:395) Semakin lama peneliti terlibat dalam proses pengumpulan maupun pembangkitan data, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan atau dihasilkan tersebut.

##### 2. Melakukan observasi terus menerus

Hal ini dilakukan agar peneliti semakin dapat mendalami fenomena sosial yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

##### 3. Melakukan triangulasi

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan triangulasi metode (*Methodological Triangulation*) untuk memastikan keakuratan data. Menurut Haryoko dkk, (2020) *Methodological Triangulation* atau triangulasi metode adalah proses memverifikasi data dari sumber yang sama menggunakan

berbagai teknik. Contohnya, data dikumpulkan melalui wawancara, kemudian divalidasi dengan observasi dan dokumentasi. Jika terdapat perbedaan dalam hasil data, hal tersebut bisa saja tetap valid karena dipengaruhi oleh sudut pandang yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti perlu melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data terkait atau sumber lain untuk menentukan data yang paling akurat.

### 3.7.2 Etika Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, beberapa prinsip etika diterapkan peneliti untuk menjaga integritas dan kepercayaan responden:

1. Sebelum mengumpulkan data, peneliti memberikan informasi yang jelas tentang tujuan penelitian, prosedur, dan bagaimana data akan digunakan. Responden memberikan persetujuan mereka secara sukarela dan mengetahui hak-hak mereka, termasuk hak untuk menarik diri dari penelitian kapan saja.
2. Identitas dan informasi pribadi responden dijaga kerahasiaannya. Data yang dikumpulkan akan disimpan dengan aman dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian.
3. Nama dan informasi identitas lainnya tidak akan diungkapkan dalam laporan penelitian atau publikasi. Informasi yang digunakan akan disamarkan untuk melindungi privasi responden.

4. Peneliti bersikap terbuka mengenai tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan bagaimana data akan dianalisis dan dilaporkan. Informasi ini disampaikan dengan jujur kepada responden dan pemangku kepentingan lainnya.



## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum**

#### **4.1.1 Letak Geografi dan Demografi Desa Tebing Tinggi**

Desa Tebing Tinggi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. Desa ini memiliki luas wilayah mencapai 36,07 km<sup>2</sup> dengan kepadatan penduduk sekitar 33 jiwa/km<sup>2</sup>. Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kerinci tahun 2024, jumlah penduduk di Desa Tebing Tinggi tercatat sebanyak 1.186 jiwa, yang terdiri dari 611 laki-laki dan 575 perempuan. Wilayah administratif desa ini terbagi menjadi empat Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 358 (BPS Kabupaten Kerinci, 2024).

Secara geografis, desa ini berbatasan langsung dengan beberapa wilayah lain, yaitu Desa Seleman di sebelah timur, Desa Cupak di sebelah barat, Area Hutan TNKS/Bukit Siru di sebelah utara, serta Desa Simpang Empat dan Desa Seleman di sebelah selatan (BPS Kabupaten Kerinci, 2024).

Keberadaan Taman Nasional Kerinci Seblat (TNKS) di bagian utara desa menjadi faktor penting dalam ekosistem dan lingkungan desa ini. TNKS berfungsi sebagai kawasan konservasi yang mendukung keseimbangan alam serta menyediakan sumber daya air bagi pertanian dan kebutuhan sehari-hari penduduk.

Secara demografi, masyarakat Desa Tebing Tinggi mayoritas terdiri dari suku Kerinci yang memiliki budaya dan adat istiadat yang masih dijaga dengan baik. Mata pencaharian utama penduduk adalah bertani, sementara sebagian lainnya bekerja sebagai wiraswasta, pegawai negeri, dan tenaga kesehatan.

#### 4.1.2 Kondisi Sosial dan Ekonomi Desa Tebing Tinggi

Desa Tebing Tinggi memiliki kondisi sosial dan ekonomi yang unik dengan mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian. Berdasarkan data dari Sekretaris Desa Tebing Tinggi tahun 2024, distribusi tenaga kerja berdasarkan keahlian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

Data jumlah Tenaga Kerja berdasarkan Keahlian Tahun 2024

Tenaga Kerja berdasarkan keahlian	Jumlah	Satuan
PNS	8	Orang
TNI/POLRI	3	Orang
Wiraswasta	18	Orang
Jasa	-	Orang
Tenaga Kesehatan	2	Orang
Petani	389	Orang

Sumber: Sekretaris Desa Tebing Tinggi (2025)

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa sektor pertanian menjadi mata pencaharian utama dengan 389 orang bekerja sebagai petani, menjadikannya sektor dominan dalam perekonomian desa. Selain itu, terdapat 18 orang yang berprofesi sebagai wiraswasta, yang mencerminkan adanya kegiatan usaha mandiri meskipun dalam jumlah yang masih terbatas. Profesi lain yang tercatat meliputi 8 orang sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), 3 orang sebagai anggota

TNI/POLRI, dan 2 orang sebagai tenaga kesehatan. Tidak terdapat tenaga kerja yang tercatat bekerja di sektor jasa, yang menunjukkan keterbatasan dalam layanan profesional di desa ini.

Meskipun memiliki potensi sumber daya alam yang mendukung, sektor kewirausahaan di desa ini masih kurang berkembang. Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan banyak penduduk lebih memilih bekerja di luar negeri, khususnya di Malaysia, serta bertani dibandingkan mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kondisi ini menyebabkan minimnya jumlah UMKM yang beroperasi secara konsisten di desa ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari sekretaris Desa Tebing Tinggi dapat dilihat sebagian besar UMKM masih dikelola secara tradisional. Berikut data jumlah UMKM Desa Tebing Tinggi tahun 2023:

**Tabel 4.2**  
Data jumlah pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi Tahun 2023

No	Jenis Usaha	Jumlah Pelaku Usaha	Skala usaha
1.	Warung sembako	17	Mikro
2.	Heler/penggilingan padi	1	Kecil
3.	Jual beli kulit manis	2	Kecil
4.	Bengkel Motor	1	Mikro
5.	Ayam petelur	2	Kecil
6.	Jual beli kopi	1	Kecil
7.	Usaha kuliner	5	Mikro

*Sumber: Sekretaris Desa (2024)*

Berdasarkan data tahun 2023, UMKM di Desa Tebing Tinggi didominasi oleh usaha mikro, dengan beberapa usaha kecil yang

bergerak di sektor pertanian dan perdagangan hasil bumi. Distribusi jenis usaha menunjukkan bahwa warung sembako merupakan jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat dengan 17 pelaku usaha, mencerminkan kebutuhan dasar masyarakat terhadap bahan pokok.

## 4.2 Data Fokus Penelitian

### 4.2.1 Hambatan yang Dihadapi oleh Pelaku UMKM dalam Menjalankan Usaha di Desa Tebing Tinggi

Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi dalam berwirausaha, peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Desa Tebing Tinggi serta beberapa pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditemukan beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini, antara lain:

1. Minimnya dukungan modal sosial dari pemerintah desa terhadap UMKM

Menurut Putnam (dalam Santoso, 2020) , modal sosial adalah konsep yang mengacu pada sifat-sifat organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan sosial, dimana dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan yang terkoordinasi. Modal sosial berperan penting dalam memperkuat hubungan antar individu dan kelompok, yang pada akhirnya dapat meningkatkan akses terhadap sumber daya, termasuk permodalan bagi pelaku usaha.

Di Desa Tebing Tinggi, minimnya dukungan permodalan bagi pelaku UMKM mencerminkan lemahnya modal sosial dalam komunitas tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak adanya program bantuan modal dari pemerintah desa menjadi kendala utama bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka. Kurangnya koordinasi dan dukungan dari aparat desa semakin memperburuk situasi, sehingga upaya untuk menghadirkan program permodalan tidak terwujud. Selain itu, hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem koperasi akibat kasus penipuan di masa lalu juga menyebabkan tidak adanya alternatif sumber permodalan berbasis komunitas.

Akibat dari lemahnya modal sosial ini, pelaku UMKM di Tebing Tinggi terpaksa mengandalkan modal pribadi atau bantuan dari pihak eksternal dalam jumlah yang sangat terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya modal sosial berdampak pada keterbatasan akses ekonomi, yang pada akhirnya memperlambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kecil di desa tersebut.

Berikut hasil wawancara bersama kepala Desa Tebing Tinggi yang kutipannya sebagai berikut:

“Saat ini belum ada bantuan di desa kita luh.” (Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Pada kesempatan lain beliau menjelaskan bahwa yang menghambat Desa untuk mengadakan program bantuan modal di

Desa karena kurangnya dukungan dan keterlibatan dari staf desa.

berikut kutipan wawancaranya:

“...masalahnya staf desa yang membantu saya tidak ada yang pemikirannya sampai ke sana ibaratnya saya cuman kerja sendiri saja.baik dari BPD, pelayanan, kesra, perencanaan semua saya sendiri yang lakukan jadi saya tidak tercover semuanya...” (Subhan jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Terkait bantuan modal usaha ini Kepala desa juga menjelaskan bahwa desa ini pernah memiliki sistem koperasi sebagai upaya untuk membantu perekonomian masyarakat. Namun, sistem tersebut dihentikan karena pernah terjadi kasus penipuan yang cukup besar. Berikut kutipan wawancaranya:

“...Sistem koperasi itu juga tidak ada di desa kita, sebelumnya dulu pernah ada sebelum saya menjadi kades sekitar tahun 2013 kebawah lah pernah ada sistem Koperasi di desa kita tetapi sudah pernah terjadi penipuan sebesar 60 juta dulu bahkan sudah ada kantornya waktu itu. koperasi punya dana setahun 60 juta dikelola oleh pengurus koperasi. pengurus koperasi desa di SK kan oleh Kades lalu berdasarkan SK itu bisa mengajukan modal, tetapi karna kasus itu tidak ada lagi sistem koperasi di desa ini...”(Subhan jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Untuk mengkonfirmasi terkait permasalahan modal ini, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi guna mengetahui apakah mereka memang belum pernah mendapatkan bantuan modal usaha dari desa. Adapun hasil wawancara dilakukan dengan pemilik warung adalah sebagai berikut:

“belum pernah dapat bantuan selama 14 tahun saya berjualan disini. Selama ini, saya cuma mengandalkan modal sendiri untuk menjalankan usaha, baik dari tabungan

pribadi maupun hasil penjualan sehari-hari.” (Elpi, Wawancara, 24 Januari 2024).

Ibuk Elpi juga mengungkapkan bahwa suaminya terpaksa harus pergi ke Malaysia untuk mencukupi modal usaha:

“... saya juga pernah mengalami sepinya pembeli barang-barang tidak habis, ya Jadi untuk mencukupi kebutuhan modal suami saya pergi ke Malaysia untuk mencari tambahan...”(Elpi, Wawancara, 24 Januari 2024).

Narasumber lain yaitu penjual gorengan juga mengemukakan hal serupa, berikut hasil wawancaranya:

“kalau bantuan belum pernah. Saya berharap ada bantuan modal, karena itu bisa membantu saya mengembangkan usaha lebih baik lagi.” (Elimawati, wawancara, 24 Januari 2024)

Meskipun tidak ada bantuan dari desa, beberapa pelaku UMKM menerima dukungan dari pihak eksternal. Salah satu pelaku usaha mengungkapkan bahwa ia pernah mendapatkan bantuan dari Koramil sebesar Rp300.000:

“kalau bantuan dari Desa belum pernah dapat, tapi kalau bantuan dari Koramil pernah adalah sekitar 300.000.” (Azim, Wawancara, 22 Januari 2025)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi adalah minimnya dukungan modal sosial dari pemerintah desa, yang menjadi kendala dalam pengembangan bisnis mereka. Tidak adanya program bantuan modal dari desa disebabkan oleh lemahnya jejaring sosial dan kurangnya kerja sama antara aparat desa, yang membuat banyak tugas terkait pengelolaan dan

perencanaan hanya ditangani sendiri oleh Kepala Desa. Selain itu, hilangnya kepercayaan terhadap koperasi sebagai sumber modal berbasis komunitas semakin memperburuk kondisi ini. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa mereka belum pernah menerima bantuan modal dari desa, dan hanya sebagian kecil yang mendapatkan bantuan terbatas dari pihak lain, seperti Koramil. Akibatnya, para pelaku usaha harus mengandalkan tabungan pribadi atau pendapatan harian untuk menjalankan bisnis mereka, bahkan ada yang terpaksa mencari tambahan penghasilan di luar negeri demi mencukupi kebutuhan modal. Minimnya modal sosial ini berdampak langsung pada terbatasnya akses ekonomi bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kecil.

## 2. Kondisi geografis

Menurut Siregar dkk, (2024:151) Kondisi geografis suatu daerah memainkan peran penting dalam membentuk karakter kehidupan masyarakat di dalamnya. Setiap wilayah di dunia memiliki keunikan tersendiri dalam hal lokasi, bentuk lahan, iklim, serta sumber daya alam yang tersedia. Faktor-faktor tersebut secara langsung berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan fisik penduduk, seperti jenis mata pencaharian, pola konsumsi, hingga pengembangan infrastruktur. Selain itu, karakteristik geografis juga

mempengaruhi dinamika sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat.

Hal ini juga berlaku bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, di mana faktor geografis khususnya letak geografis masih menjadi salah satu tantangan dalam menjalankan usaha.

Selain masalah modal, hambatan berwirausaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi juga dipengaruhi oleh faktor letak geografis. Kepala Desa menjelaskan bahwa posisi geografis desa ini turut berperan dalam menghadirkan berbagai tantangan bagi pelaku UMKM. Berikut adalah hasil wawancaranya:

“...kalo geografis sudah pasti berpengaruh apalagi desa kita jalannya masih masuk ke dalam, kalau awal masuknya itu kan masih sepi rumah cuman ada beberapa saja itu pun Masih banyak ladang-ladang orang. Ada juga beberapa orang yang belum pernah masuk ke desa yang baru pertama kali itu bingung Apakah masih ada di desa di dalam ini, karena jalannya masih sangat sepi. Bahkan banyak orang yang belum tahu di mana Desa Tebing Tinggi itu.” (Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Akibat kondisi geografis tersebut, pelaku usaha di desa ini mengalami kesulitan dalam mendapatkan pelanggan dari luar desa.

Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan seorang penjual empek-empek yang menyampaikan bahwa keterbatasan akses dan jarak dari desa lain membuat usahanya bergantung pada pembeli lokal. Berikut hasil wawancaranya:

“kalau untuk Desa Tebing Tinggi emang agak kesulitan kalau terkait makanan yang cepat basi seperti pempek ini,

Soalnya kita cuma bergantung dengan pembeli yang ada di Desa kita saja, apalagi desa kita juga cukup jauh dari desa lain sehingga kalau Pelanggan dari luar itu jarang masuk ke desa kita. Makanya saya menggunakan via COD Biar bisa orang yang dari luar desa juga bisa membeli.” (Azim, Wawancara, 22 Januari 2025)

Tidak hanya itu, kondisi geografis yang kurang strategis juga membuat salah satu pelaku usaha warung mencari cara lain untuk meningkatkan penghasilan. Salah satunya adalah dengan berjualan sayur ke balai-balai desa agar tidak hanya mengandalkan pemasukan dari warung. Berikut hasil wawancaranya:

“Kalau cuman mengandalkan warung Kadang sepi, maklumlah pembeli cuma orang sinilah penghasilannya tuh tidak menentu tapi kalau kita jualan sayur ke Balai alhamdulillah lah ada terus yang beli. Kalau hanya mengandalkan warung saja, pemasukan kurang stabil.” (Hasan Basri, Wawancara, 25 Januari 2025)

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi selain minimnya modal adalah faktor letak geografis yang kurang strategis, dengan kondisi jalan yang sepi dan dikelilingi oleh ladang, sehingga banyak orang dari luar desa tidak mengetahui keberadaan Desa Tebing Tinggi. Akibatnya, pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan dari luar desa, seperti yang dialami oleh penjual empek-empek yang hanya bergantung pada pembeli lokal dan harus menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*) untuk menjangkau pelanggan dari luar. Selain itu, kondisi geografis yang tidak menguntungkan juga membuat pemilik warung harus mencari alternatif lain untuk

meningkatkan pendapatan, seperti berjualan sayur ke balai desa agar tidak hanya mengandalkan pemasukan dari warung yang cenderung tidak stabil. Hambatan geografis ini menunjukkan bahwa keterbatasan akses dan rendahnya visibilitas desa menjadi faktor yang menghambat perkembangan UMKM di Tebing Tinggi

### 3. Minimnya program pelatihan

Pelatihan merupakan aktivitas yang bersifat konstruktif dan diselenggarakan dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, serta sikap yang diperlukan oleh tenaga kerja atau calon tenaga kerja (Yuardani dkk., 2021).

Dalam konteks pengembangan UMKM, pelatihan berperan penting dalam membekali pelaku usaha dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjalankan serta mengembangkan bisnis mereka. Namun, salah satu hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi adalah tidak adanya program pelatihan wirausaha dari pemerintah desa yang dapat membantu masyarakat dalam memulai atau mengembangkan usaha mereka. Minimnya program pelatihan ini membuat banyak pelaku usaha kesulitan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka terkait pengelolaan usaha. Kepala Desa Tebing Tinggi mengungkapkan bahwa hingga saat ini belum pernah ada program pendampingan atau pelatihan usaha di desa,

salah satunya karena kurangnya dukungan dari staf desa. Berikut kutipan wawancaranya:

“kalau pendampingan ataupun pelatihan belum pernah sama sekali, jadi banyak yang tidak tahu cara mengembangkan usahanya. Maklum saja staf saya ini susah diajak kerja sama padahal ini untuk kemajuan desa kita juga. Seperti sudah ada di Desa 7 mesin jahit tapi itu lah tidak pernah dipakai yang mau mengajar jahit itu tidak ada itu susahnya Desa kita ini...”  
(Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Untuk mengkonfirmasi mengenai kebutuhan pelatihan bagi pelaku usaha, peneliti juga mewawancarai beberapa pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Seorang penjual kulit manis menyampaikan bahwa belum pernah ada pelatihan usaha yang diberikan kepada masyarakat, padahal menurutnya pelatihan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan dalam mengelola usaha. Berikut hasil wawancaranya:

“kalau pelatihan belum pernah. nah itu tadi salah satu kekurangan saya, karena kalau sudah ada pelatihan-pelatihan seperti itu bisa memberikan pengetahuan baru, khususnya soal cara mengelola usaha dengan lebih baik lagi. Namun, saya berharap suatu saat ada kesempatan untuk mengikuti pelatihan, agar usaha saya bisa lebih berkembang.”  
(Wawancara Azer, 24 Januari 2025)

Selain itu, seorang pelaku usaha gorengan di Desa Tebing Tinggi juga mengonfirmasi bahwa ia belum pernah mengikuti pelatihan usaha, dan sejauh ini desa memang belum pernah mengadakan program pelatihan untuk warganya. Berikut kutipan wawancaranya:

“tidak pernah. Di desa juga belum pernah mengadakan pelatihan.” (Elimawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Hal serupa juga dialami oleh seorang pelaku usaha ayam kampung. Ia menyampaikan bahwa selama ini hanya belajar secara

mandiri dan mengandalkan pengalaman dari orang tuanya dalam beternak ayam. Berikut hasil wawancaranya:

“belum pernah kalo pelatihan, sejauh ini kami hanya belajar secara mandiri ternak ayam kampung ini kami juga belajar dari orang tua kan yang sudah berpengalaman melihara ayam.” (Juriami, Wawancara, 26 Januari 2025)

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi selain keterbatasan modal dan hambatan geografis adalah tidak adanya program pelatihan wirausaha dari pemerintah desa. Minimnya pelatihan ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka terkait pengelolaan serta pengembangan usaha. Tanpa adanya bimbingan yang memadai, pelaku UMKM harus belajar secara mandiri, yang sering kali menghambat pertumbuhan usaha mereka. Selain itu, kurangnya dukungan dari pemerintah desa dalam menyediakan program pendampingan semakin memperburuk kondisi ini. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang tidak memiliki strategi yang efektif untuk mengembangkan bisnis mereka, sehingga usaha yang dijalankan sulit berkembang secara optimal.

#### 4.2.2 Faktor Penyebab yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha untuk Menutup Usahanya

Berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi telah menyebabkan banyak dari mereka memilih untuk menutup usahanya. Untuk memahami lebih dalam

mengenai permasalahan ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa mantan pelaku UMKM yang telah berhenti menjalankan usaha mereka. Berikut faktor penyebab yang mempengaruhi pelaku UMKM di Tebing Tinggi memilih menutup usahanya berdasarkan hasil wawancara:

#### 1. Keterbatasan modal usaha

Menurut Kasmir, (dalam Irfan dkk, 2023) modal merupakan faktor penting yang dibutuhkan untuk membiayai operasional perusahaan sejak didirikan hingga mulai beroperasi. Besarnya modal dipengaruhi oleh lamanya waktu yang dibutuhkan suatu usaha untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Modal dalam bentuk uang digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan bisnis, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin usaha, investasi dalam pembelian aset tetap, hingga modal kerja untuk menjalankan operasional sehari-hari. Dalam konteks UMKM di Desa Tebing Tinggi, keterbatasan modal menjadi tantangan utama bagi para pelaku usaha dalam menjalankan dan mempertahankan bisnis mereka. Sejalan dengan definisi modal yang berfungsi untuk memastikan keberlangsungan operasional bisnis.

Keterbatasan modal usaha yang dihadapi pelaku UMKM di Tebing Tinggi menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan dalam memenuhi kebutuhan usaha mereka, seperti pembelian bahan baku, peralatan, serta biaya operasional lainnya. Akibatnya, banyak usaha

tidak mampu bertahan dalam jangka panjang dan akhirnya terpaksa ditutup.

Salah satu mantan pelaku usaha, Ibu Desmarlen, mengungkapkan bahwa keterbatasan modal membuatnya kesulitan dalam menjalankan bisnis, terutama karena keuntungan yang diperoleh tidak cukup untuk diputar kembali sebagai modal usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa tanpa modal yang cukup, keberlanjutan bisnis menjadi sulit. Berikut pernyataannya:

“...maklum saja terbatas modal, keuntungan yang saya dapatkan tidak cukup untuk memutar kembali jualan. Akhirnya, karena modal sudah tidak ada lagi, saya terpaksa berhenti berjualan.”(Desmarlen, Wawancara, 22 Januari 2025)

Hal serupa juga dialami oleh Ibu Eti Herawati, seorang mantan penjual pempek. Ia mengungkapkan bahwa keterbatasan modal semakin dirasakan seiring dengan meningkatnya harga bahan baku, yang membuatnya sulit mempertahankan usaha.

Berikut hasil wawancaranya:

“iya modalnya kurang karena semakin lama semakin sulit untuk mempertahankan usaha karena modalnya tidak cukup untuk membeli bahan baku apalagi bahan-bahan segala mahal sekarang, saya jual pempek saja harganya cuma seribu satu”(Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Sementara itu, Ibu Desmawati juga mengalami kendala serupa terkait modal. Namun, selain faktor keuangan, ia memilih untuk menutup usahanya karena ingin berfokus pada usaha lain, yaitu membuka ladang. Berikut hasil wawancaranya:

“pengaruh modal itu sudah pasti selain itu alasan utama saya menutup usaha juga karena saya ingin membuka ladang jadi saya tidak sempat lagi untuk berjualan lagi (Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025).

Dikesempatan lain ibu Desmawati juga mengungkapkan alasan beliau lebih memilih membuka ladang daripada membuka usaha adalah sebagai berikut:

“...kalau jualan itu penghasilannya tidak menentu apalagi saat penjualan sepi kadang tidak balik modal. Kalau berkebun modalnya nggak terlalu besar ya karena kita sudah punya lahan juga jadi kita tinggal ya nanam-nanam sayur, cabe dan juga kalau ladang itu nggak harus diurus setiap hari” (Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025)

Keterbatasan modal usaha menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi kesulitan dalam mempertahankan usaha mereka. Keuntungan yang diperoleh sering kali tidak cukup untuk diputar kembali sebagai modal, sehingga usaha yang dijalankan sulit berkembang dan akhirnya banyak yang terpaksa tutup. Selain itu, kenaikan harga bahan baku semakin memperburuk kondisi ini, karena modal yang terbatas tidak mampu menutupi biaya operasional yang terus meningkat. Dalam beberapa kasus, pelaku usaha memilih untuk beralih ke sektor lain yang dianggap lebih stabil dan membutuhkan modal yang lebih sedikit, seperti berkebun. Kurangnya akses terhadap sumber pendanaan yang memadai menjadi salah satu kendala utama yang menghambat keberlanjutan UMKM di desa ini.

## 2. Kendala dalam pemasaran produk

Menurut Kotler dan Keller, (dalam Isra, dkk 2024:2) pemasaran merupakan aktivitas utama yang harus dijalankan oleh perusahaan, baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa, untuk menjaga keberlangsungan operasionalnya. Namun, bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, kendala dalam pemasaran menjadi tantangan yang signifikan, terutama dalam mencari pelanggan. Kesulitan ini berdampak pada keberlanjutan operasional usaha, bahkan menyebabkan beberapa pelaku usaha terpaksa menutup usahanya.

Di Desa Tebing Tinggi, kesulitan dalam mencari pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan beberapa pelaku usaha terpaksa menutup usahanya. Hal ini berdampak pada keberlanjutan operasional mereka, sebagaimana terlihat dalam hasil wawancara berikut:

“Susah juga mencari pembeli, kadang laku cuma beberapa kalau pun ada yang beli, tidak selalu habis dalam sehari. Maklum saja, pembeli rata-rata hanya berasal dari desa ini saja.” (Desmarlen, Wawancara, 22 Januari 2025)

Ibuk Desmarlen juga mengungkapkan bahwa beliau juga menitipkan usahanya yang berada diluar Desa untuk membantu penjualan, berikut hasil wawancaranya:

“Kadang-kadang saya juga berjualan sampai ke Hiang. Kebetulan di sana ada saudara saya yang juga berjualan, jadi saya bisa ikut menitipkan dagangan saya di sana. Lumayan, setidaknya bisa menambah pelanggan meskipun tidak setiap hari ramai.” (Desmarlen, Wawancara, 22 Januari 2025).

Permasalahan sepinya pelanggan juga dialami oleh pelaku usaha lain, berikut hasil wawancaranya:

“cukup kesulitan karena orang di sini lebih suka berbelanja di luar daripada di desa sendiri. Paing yang sering beli dagangan saya ya anak-anak, itupun mereka belinya dikit-dikit. kadang mereka beli pempek atau piscok cuma seribu, kadang 2 ribu, ya maklum, namanya juga anak-anak.” (Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Ibuk Eti juga mengungkapkan bahwa beliau harus jualan keliling untuk mencari pelanggan, berikut hasil wawancaranya:

“...makanya, saya jualan keliling. Kalau tidak Jual keliling cuma nunggu orang yang membeli susah di desa ini tapi kalau pertama-tama jualan itu masih ramai mungkin orang masih penasaran juga tapi lama-kelamaan pembelinya berkurang.” (Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Beliau juga mengungkapkan bahwa beliau berjualan sampai keluar Desa tapi tetap saja pembeli tidak terlalu ramai karena mereka lebih memilih membeli ke langganannya:

“...Saya keliling Desa Tebing Tinggi ini kadang juga sampai keluar desa tapi, kurang pembelinya kalau tidak sudah langganan, Kadang orang lebih memilih membeli ke langganannya.” (Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Selain melakukan wawancara, peneliti juga melakukan observasi kondisi UMKM di desa. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa salah satu penjual pempek sudah lebih dari seminggu tidak berjualan peneliti langsung menemui beliau lalu melakukan wawancara dan hasil wawancara juga sama karena sepinya pembeli. berikut hasil wawancaranya:

“iya kebetulan akhir-akhir ini jualan sepi ya makanya saya tutup dulu untuk beberapa waktu mungkin pembeli juga sudah bosan kalau buka terus ya maklum namanya juga makanan basah gak bisa tahan lama, sayang kalau nantinya basi.”(Azim, Wawancara, 22 Januari 2025)

Kesulitan dalam pemasaran produk menjadi salah satu hambatan utama bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, yang berujung pada penurunan pendapatan dan bahkan penutupan usaha. Terbatasnya jumlah pelanggan, yang mayoritas hanya berasal dari dalam desa, membuat pelaku usaha kesulitan mencapai pasar yang lebih luas. Selain itu, banyak warga desa yang lebih memilih berbelanja di luar desa atau kepada pedagang langganan mereka, sehingga mengurangi peluang bagi UMKM lokal untuk berkembang. Beberapa pelaku usaha mencoba mengatasi kendala ini dengan berjualan keliling atau menitipkan dagangan di luar desa, namun tetap menghadapi tantangan dalam menarik pelanggan. Kondisi ini semakin diperburuk bagi usaha yang menjual produk makanan dengan masa simpan terbatas, di mana produk yang tidak habis dalam sehari berisiko mengalami kerugian.

### 3. Penurunan pendapatan

Pendapatan merupakan total uang yang diperoleh suatu perusahaan melalui kegiatannya, terutama dari hasil penjualan produk dan/atau jasa kepada konsumen (Nurjanna, 2020). Namun, bagi pelaku usaha di Desa Tebing Tinggi, pendapatan sering mengalami penurunan akibat berbagai kendala pemasaran.

Sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Desmarlen, salah satu mantan pelaku usaha, pendapatannya tidak stabil dan sering mengalami penurunan. Skala usahanya yang kecil membuatnya sulit bertahan ketika permintaan menurun, hingga akhirnya ia memutuskan untuk menutup usahanya:

“kalau penurunan pendapatan sering sekali, pasti ada saja masa-masa sepi. Apalagi kita jualan cuma skala rumahan yang kita jual juga tidak terlalu banyak, kadang untung lumayan, tapi lebih sering pas-pasan atau kadang sudah rugi. Lama-lama saya tidak sanggup mempertahankan usaha ini, makanya sekarang sudah bangkrut tidak berjualan lagi.” (Desmarlen, Wawancara, 22 Januari 2025)

Hal serupa juga dialami oleh pelaku usaha lainnya, seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut:

“...pendapatan turun sering juga. Pendapatan dalam usaha ini memang naik turun. Ada hari-hari penjualan bagus, tapi tidak jarang ada juga hari-hari di mana pendapatan menurun karena sepi. Itu sudah menjadi resiko dalam berjualan.” (Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025)

Hal serupa juga dialami oleh ibuk Eti selaku mantan penjual pempek, berikut hasil wawancaranya:

“iya pendapatan juga sering menurun, apalagi kalau hujan pernah tidak laku sama sekali padahal pempeknya sudah digoreng.” (Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Penurunan pendapatan menjadi salah satu tantangan utama bagi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Usaha skala rumahan yang memiliki keterbatasan dalam jumlah produksi sering kali menghadapi penurunan pendapatan, di mana keuntungan yang diperoleh tidak selalu stabil. Pada masa-masa tertentu, seperti saat

permintaan menurun atau kondisi cuaca tidak mendukung, pendapatan bisa sangat berkurang, bahkan berujung pada kerugian. Ketidakpastian ini membuat beberapa pelaku usaha kesulitan mempertahankan bisnis mereka dalam jangka panjang, yang pada akhirnya menyebabkan usaha mereka tutup.

#### 4. Persaingan usaha

Secara umum, persaingan usaha merupakan perseteruan antara pelaku usaha yang secara mandiri berupaya menarik konsumen dengan menawarkan harga yang kompetitif serta produk atau layanan berkualitas (Susilawati dkk, 2021).

Di Desa Tebing Tinggi, persaingan usaha menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM, terutama karena kehadiran pedagang dari luar desa serta banyaknya pelaku usaha dengan produk serupa. Tidak sedikit di antara mereka yang akhirnya menutup usahanya karena sulit bersaing dengan pedagang lain.

Berikut hasil wawancara dengan salah satu mantan pelaku usaha:

“ya namanya bersaing yaitu ada aja seperti dari Seleman, di Tanjung Tanah Kedai nasi saja ada, kadang orang lebih suka beli ke kedai nasi langsung, kadang ada juga orang yang berjualan sambal dari luar keliling masuk ke desa apalagi waktu bulan puasa.” (Desmarlen, Wawancara, 22 Januari 2025)

Masalah persaingan ini juga dialami oleh pelaku usaha

lainnya, seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut:

“kalau persaingan sudah pasti ada juga orang yang berjualan gorengan, pempek di desa. Saya juga kan jualan keliling kadang saya berhenti di tempat ramai ada pedagang lain

kadang suda diusir ya bagaimana lagi namanya jualan kadang kita menghadapi berbagai macam orang kan ada yang suka sama kita ada juga yang tidak suka.”(Eti Herawati, Wawancara, 24 Januari 2025)

Dalam usaha tidak luput dari yang namanya persaingan, sebagaimana yang diungkapkan ibuk Desmawati:

“sudah pasti ada kalo saingan di berang tu banyak yang dekat rumah sekolah ya tapi namanya Rizki nggak ke mana. Meskipun banyak saingan, saya tetap berusaha memberikan yang terbaik dalam berjualan.”( Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025)

Persaingan usaha menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Kehadiran pedagang dari luar desa serta banyaknya pelaku usaha dengan produk serupa membuat persaingan semakin ketat. Beberapa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan, terutama ketika konsumen lebih memilih untuk berbelanja di tempat lain yang dianggap lebih strategis atau memiliki daya tarik lebih. Selain itu, persaingan dalam mendapatkan lokasi berjualan yang strategis juga menjadi kendala bagi pedagang keliling. Akibatnya, beberapa usaha tidak mampu bertahan dan akhirnya terpaksa ditutup.

#### 4.2.3 Solusi yang Tepat Guna Mengatasi Hambatan yang Dihadapi oleh Pelaku UMKM, serta Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha Mereka

Untuk mengetahui solusi dalam mengatasi hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi, peneliti telah

melakukan wawancara langsung dengan Kepala Desa serta para pelaku UMKM. Berikut adalah beberapa hasil wawancara tersebut:

1. Mengadakan pelatihan atau pemberdayaan masyarakat

Pelatihan memiliki keterkaitan yang kuat dengan manajemen sumber daya manusia, yang mencakup aspek perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, serta evaluasi. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai pendapatan yang optimal, suatu usaha perlu meningkatkan dan mengembangkan kualitas serta kinerja sumber daya manusianya. Salah satu langkah utama yang dapat dilakukan adalah melalui penyediaan pendidikan dan pelatihan yang memadai serta sesuai dengan kebutuhan pekerjaan yang dihadapi (Amalia, 2018:251).

Dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 5 tujuan pemberdayaan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah untuk mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang, mengembangkan usaha yang mandiri dan tangguh, serta meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah dan penciptaan lapangan kerja.

Di Desa Tebing Tinggi, pelatihan usaha menjadi solusi yang selaras dengan tujuan UU tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Tebing Tinggi, salah satu solusi yang diusulkan adalah mengadakan pelatihan di desa untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah bahan

baku menjadi produk bernilai tambah. Berikut hasil wawancaranya:

“ya kalo solusi yang penting kompak tadi, masyarakat mau diajak kerja sama, dari staf juga, itu kuncinya mengatasi permasalahan ini. kalau masalah solusi ini banyak yang ingin saya sampaikan misalnya apa kita buat pelatihan di desa ini...” (Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Pelatihan memang sangat penting agar masyarakat memiliki keterampilan yang lebih baik. Dengan adanya pelatihan, diharapkan masyarakat dapat berinovasi dalam memanfaatkan potensi lokal. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Desa berikut:

“Saya sangat berharap di bidang industri misalnya bagaimana kalian ini bisa mengolah daun kucai saya sering sekali membicarakan ini bagaimana kalian bisa mengolah daun kucai tersebut agar bisa bernilai tinggi contohnya seperti dengan adanya blender daun kucai itu misalnya bisa kita buat jadi jus. Kalau bisa bagaimana industri di Desa Tebing Tinggi terkhususnya UMKM bisa mengolah bahan baku menjadi bahan jadi. sampai saat ini belum ada yang bisa mengolahnya“ (Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Pelatihan usaha memang sangat penting agar masyarakat dapat termotivasi untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini juga disampaikan oleh beberapa pelaku UMKM di Desa Tebing

Tinggi, seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut:

“...Mungkin kalau ada pelatihan yang lebih praktis dan bisa mengembangkan usaha saya, saya tertarik untuk ikut.” (Wawancara Azim, 22 Januari 2025)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh pelaku usaha lainnya, seperti dalam wawancara berikut:

“ya perlu jugalah supaya punya ilmu baru seperti pelatihan jahit berkebun atau usaha masak-masak misalnya biar bisa

menambah pengalaman juga”(Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025)

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh pelaku usaha lain, berikut hasil wawancaranya:

“iya penting lah mana tahu nanti kalau sudah pelatihan kita bisa ada ide untuk mengembangkan usaha lagi.”(Juriami, Wawancara, 26 Januari 2024).

Dari berbagai pendapat tersebut, jelas bahwa pelatihan usaha menjadi salah satu solusi utama dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Tebing Tinggi. Dengan adanya pelatihan, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dan wawasan mereka dalam mengelola usaha, mengolah bahan baku menjadi produk bernilai tambah, serta menciptakan peluang bisnis baru. Selain itu, pelatihan juga dapat memotivasi masyarakat untuk lebih aktif dalam mengembangkan usahanya.

Agar program pelatihan dapat berjalan efektif dan memberikan manfaat yang optimal bagi pelaku usaha di desa, dukungan dari pemerintah desa, staf desa, serta masyarakat sangat diperlukan. Melalui kerja sama yang solid, pelatihan dapat menjadi langkah strategis dalam mewujudkan UMKM yang lebih mandiri, tangguh, dan berdaya saing, sebagaimana yang diamanatkan dalam UU No. 20 Tahun 2008.

## 2. Pengembangan pariwisata

Menurut Hakim, (2019:12) salah satu tujuan pengembangan pariwisata adalah Untuk meningkatkan penerimaan devisa secara

spesifik, serta pendapatan negara dan masyarakat secara lebih luas, diperlukan upaya dalam memperluas kesempatan kerja, menciptakan lapangan pekerjaan, serta mendorong perkembangan industri pendukung dan sektor-sektor usaha terkait lainnya.

Dengan adanya pengembangan wisata di Desa Tebing Tinggi diharapkan dapat menjadi solusi dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor usaha terutama UMKM di Desa Tebing Tinggi. Dengan adanya destinasi wisata, jumlah pengunjung ke desa akan meningkat, sehingga menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha lokal untuk mengembangkan bisnis mereka.

Menanggapi hal ini, Kepala Desa Tebing Tinggi mengungkapkan rencana untuk membuka wisata Gua Kelelawar. Ia berharap keberadaan wisata baru ini dapat meningkatkan jumlah UMKM di desa serta memperkenalkan Tebing Tinggi kepada masyarakat luas. Berikut hasil wawancaranya:

“...rencananya saya yaitu ingin membuka wisata Gua kelelawar saya berharap dengan adanya wisata baru di tebing tinggi akan meningkatkan jumlah UMKM Desa kita ini dan agar desa kita ini lebih dikenal masyarakat luas...” (Subhan Jamil, Wawancara, 21 Januari 2025)

Rencana ini juga mendapat dukungan dari pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi. Mereka menilai bahwa kehadiran wisata tersebut dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan membuka peluang usaha baru bagi mereka. Berikut salah satu hasil wawancara:

“haa kalo itu saya sangat setuju bagus tu kalau ada wisata di dusun kita biar ramai juga orang kan yang masuk kedesa kita. Kalau ada wisata nanti bisalah saya jualan lagi apalagi rumah saya pas juga dipinggir jalan tempat orang lewat nian.”(Desmarlen, Wawancara, 27 Februari 2025)

Hal serupa juga disampaikan oleh pelaku UMKM lainnya yang melihat potensi peningkatan pendapatan desa dan peluang usaha yang lebih luas:

“Setujulah kalau buka wisata bisa nambah pendapatan desa juga kan, kalau untuk mengembangkan usaha palingan saya nanti ingin bawak dagangan saya ke tempat jalur pendakian ke gua kelelawar tu kan, ya maklum kalo kita jualan pasti cari yang tempat ramai kan supaya jualan kita cepat habis.”(Azim, Wawancara, 27 Februari 2025)

Pengembangan pariwisata Gua Kelelawar di Desa Tebing Tinggi diharapkan dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah UMKM dan memperkenalkan desa ke masyarakat luas. Keberadaan wisata ini berpotensi menarik lebih banyak pengunjung, sehingga membuka peluang usaha baru bagi masyarakat setempat. Selain itu, wisata ini juga dapat membantu meningkatkan perekonomian desa dengan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha, terutama dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka. Dukungan dari berbagai pihak diperlukan agar rencana ini dapat terealisasi dengan baik dan memberikan manfaat maksimal bagi perkembangan ekonomi desa.

### 3. Dukungan bantuan modal usaha dari desa

Keterbatasan modal menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi dalam

mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Banyak pelaku usaha yang memiliki ide dan rencana untuk memperluas usahanya, namun terbentur oleh keterbatasan dana. Oleh karena itu, dukungan permodalan melalui desa dianggap sangat penting agar mereka dapat menjalankan usaha secara lebih optimal. Dari hasil penelitian Amalia, (2018:254) juga mengemukakan bahwa Dukungan permodalan yang diberikan oleh pemerintah terbukti berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dengan kata lain, semakin besar bantuan modal yang diterima, semakin tinggi pula pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.

Untuk memahami lebih dalam terkait solusi dalam mengatasi hambatan usaha di Desa Tebing Tinggi, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, mereka menganggap bahwa bantuan modal dari desa sangat penting untuk membantu masyarakat dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Berikut salah satu hasil wawancaranya:

“Sudah pasti butuh. kalau dapat bantuan modal, bulan puasa ini rencananya mau buka catering. Selain itu, bantuan modal juga bisa digunakan untuk membeli peralatan dan bahan baku agar usaha bisa berjalan lebih lancar. Selama ini, kendala utama dalam memulai usaha kembali adalah keterbatasan dana, sehingga adanya dukungan dari desa akan sangat membantu dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan keluarga.” (Desmawati, Wawancara, 23 Januari 2025).

Pelaku usaha lainnya juga mengungkapkan keinginannya untuk mengembangkan usaha jika mendapatkan bantuan modal, seperti yang disampaikan dalam wawancara berikut:

“kalau dapat modal usaha rencananya kami mau buka warung ayam kampung geprek kan unik itu soalnya biasanya orang pakai ayam potong.” (Juriami, Wawancara, 26 Januari 2025).

Hal serupa juga diungkapkan oleh penjual gorengan, berikut hasil wawawancaranya:

“...kalau seandainya dapat bantuan tambahan modal, saya ingin menambah variasi jualan. Bukan hanya jualan gorengan.” (Elimawati, Wawancara, 24 Januari 2024)

Bantuan modal dari desa dianggap sangat penting oleh para pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Dengan adanya dukungan modal, mereka dapat menambah variasi produk, membeli peralatan, serta meningkatkan kapasitas usaha. Selain itu, bantuan ini juga berpotensi mendorong masyarakat untuk kembali berwirausaha setelah mengalami kesulitan keuangan. Dukungan modal yang tepat dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat serta memperkuat sektor UMKM di desa.

#### 4. Pemanfaatan Media sosial dan Sistem *Cash On Delivery* (COD) sebagai Strategi Pemasaran UMKM

Menurut Fadli dkk, (2016) penggunaan media sosial sebagai media pemasaran merupakan strategi yang cukup efektif. Hal ini disebabkan oleh beberapa keunggulan yang dimiliki media sosial,

seperti kecepatan dalam penyebaran informasi, kemudahan dalam evaluasi, jangkauan pasar yang lebih luas, serta biaya yang lebih murah dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Selain itu, penerapan sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*) memberikan kemudahan bagi konsumen, terutama di wilayah pedesaan, karena mereka dapat membayar saat barang diterima. Kombinasi antara promosi digital dan sistem COD ini terbukti membantu meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen di luar daerah.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi Dan sistem COD juga terbukti cukup efektif dalam membantu pelaku usaha memasarkan produknya. Berikut rangkuman hasil wawancara dengan salah satu pelaku UMKM:

“...saya juga jualan secara online ada juga dari luar desa yang membeli, Kebetulan saya juga bisa COD.” (Azim, Wawancara, 22 Januari 2025)

Beliau juga mengungkapkan *platfon online* yang mereka gunakan untuk berjualan *online*:

“Untuk berjualan online, saya biasanya menggunakan Facebook, dan kadang juga lewat WhatsApp. Kalau di Facebook, saya buat postingan dan banyak juga yang lihat. kadang Ada juga yang langsung pesan lewat WhatsApp.” (Azim, Wawancara, 22 Januari 2025)

Hal ini juga diungkapkan oleh pelaku UMKM lain yakni penjual ayam kampung. Berikut hasil wawancaranya:

“kalau untuk menarik pelanggan palingan kita posting di media sosial untuk promosi kadang di Facebook kadang di WA kita promosi. (Juriami, Wawancara, 26 Januari 2025).

Begitu pula dengan pelaku usaha warung, yang juga menggunakan media sosial dan sistem COD untuk mempromosikan produknya. Berikut hasil wawancaranya:

”kita juga jualan menggunakan media sosial dan juga bisa COD, Jadi siapa yang mau beli nanti bisa secara langsung bisa juga COD, dan kita juga memiliki warung jadi telur nya bisa langsung dijual di warung dan harganya lebih murah dari warung lain karena kita tidak nyambut lagi dari orang lain.” (Hakim Mursalin, Wawancara, 25 Januari 2025)

Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif dalam membantu pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi memperluas jangkauan pasar. Dengan menggunakan *platform* seperti Facebook dan WhatsApp, mereka dapat mempromosikan produk secara lebih luas, menarik pelanggan dari luar desa, serta mempermudah transaksi, termasuk sistem COD (*Cash on Delivery*). Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk mereka tanpa memerlukan biaya besar, sehingga menjadi strategi pemasaran yang efisien dan mudah diterapkan.

##### 5. Membangun jaringan usaha

Menurut Susilowati & Taufan (dalam Rahayu & Hidayah, 2023:450) mengemukakan bahwa jaringan usaha merujuk pada kemampuan suatu koneksi untuk menghubungkan pelaku usaha dengan berbagai pihak, seperti mitra bisnis, teman, agen, dan

mentor, guna memperoleh sumber daya yang dibutuhkan, seperti informasi, pendanaan, serta dukungan moral dari anggota jaringan.

Membangun jaringan usaha merupakan salah satu langkah penting dalam mengembangkan usaha dan memperluas pasar. Dengan memiliki jaringan bisnis yang luas, pelaku usaha dapat lebih mudah memasarkan produk mereka serta meningkatkan peluang penjualan. Beberapa pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi telah menerapkan strategi ini dalam menjalankan usaha mereka, salah satunya adalah Bapak Hakim, seorang penjual kopi.

Dalam wawancara yang dilakukan, beliau menjelaskan bahwa menjalin kerja sama dengan berbagai pihak mempermudahnya dalam memperluas pemasaran kopi yang ia jual. Ia telah memiliki beberapa rekan yang juga bergerak dalam usaha kopi di berbagai daerah, sehingga distribusi produk menjadi lebih lancar. Berikut hasil wawancaranya:

“untuk usaha kopi kalau memperluas pasar ya kita menjual ke beberapa orang kebetulan saya punya teman yang juga punya usaha kopi yang satunya orang Sungai Abu, Koto petai, dari pengasi. ya teman-teman saya semua yang menyambut.”

Melalui jaringan bisnis ini, Bapak Hakim dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan kopi. Selain itu, keberadaan rekan bisnis di berbagai daerah memberikan keuntungan dalam menyesuaikan harga dan menjaga stabilitas pemasaran produk.

Selain Bapak Hakim, strategi membangun jaringan usaha juga dilakukan oleh Bapak Azer, seorang pelaku usaha kulit manis. Dalam wawancara, beliau menjelaskan bahwa jaringan bisnis yang ia bangun mempermudahnya dalam menjual kulit manis ke berbagai daerah. Dengan adanya pembeli tetap di beberapa tempat, seperti Sungai Penuh dan Padang, ia dapat memastikan bahwa produknya memiliki pasar yang jelas. Berikut hasil wawancaranya:

“Kan kita jual kulit manis ini sudah ada tempat untuk jual kan, kebetulan saya juga sudah ada orang yang nyambut kulit ini ada di sungai penuh ada juga yang dari padang, ya kalo kulit turun kita cari tahu dulu yang mana yang cocok harganya yang tidak kurang dari modal usaha, biar dikit asal dapat untung daripada banyak tapi kita rugi...”(Azer, Wawancara, 24 Januari 2025)

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa memiliki jaringan usaha yang luas memberikan banyak keuntungan bagi pelaku usaha. Selain dapat menjual produk secara lebih stabil, mereka juga memiliki fleksibilitas dalam memilih pasar yang memberikan harga terbaik. Dengan demikian, strategi ini menjadi salah satu solusi bagi UMKM di Tebing Tinggi untuk bertahan dan berkembang di tengah berbagai tantangan usaha.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Identifikasi Hambatan Usaha yang Dihadapi oleh Pelaku UMKM**

##### **Desa Tebing Tinggi**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tebing Tinggi menghadapi berbagai hambatan yang menghambat

pertumbuhan dan perkembangan usaha mereka. Dalam penelitian Stroila tentang kewirausahaan, istilah hambatan mengacu pada faktor-faktor yang menyulitkan seseorang untuk memulai sebuah bisnis. Istilah lain yang sering digunakan oleh para peneliti untuk menggambarkan hambatan ini termasuk rintangan, masalah, dan kesulitan (Ghina & Gushendri, 2022:271).

Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Tebing Tinggi mencakup minimnya dukungan modal sosial dari pemerintah desa terhadap UMKM, kondisi geografis yang kurang strategis, serta minimnya program pelatihan. Masalah-masalah ini saling berkaitan dan mempengaruhi keberlangsungan UMKM di desa tersebut.

Minimnya modal sosial di Desa Tebing Tinggi menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Kurangnya dukungan dari pemerintah desa, baik dalam bentuk program bantuan modal maupun koordinasi dengan pelaku usaha, mencerminkan lemahnya jaringan sosial dan kepercayaan dalam komunitas. Hilangnya sistem koperasi akibat kasus penipuan di masa lalu semakin memperburuk kondisi, sehingga pelaku UMKM kesulitan mengakses sumber permodalan berbasis komunitas. Akibatnya, sebagian besar pelaku usaha terpaksa mengandalkan modal pribadi yang terbatas atau mencari dukungan dari pihak eksternal dalam jumlah yang tidak mencukupi. Situasi

ini menunjukkan bahwa rendahnya modal sosial berdampak langsung pada keterbatasan akses ekonomi, yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di desa tersebut.

Dalam penelitian Hastuti.dkk., (2023) menekankan pentingnya peran aktif pemerintah desa dan lembaga terkait dalam mendukung pengembangan UMKM. Dukungan tersebut tidak hanya terbatas pada aspek permodalan, tetapi juga mencakup penyediaan pelatihan, akses terhadap informasi, serta pendampingan dalam pemenuhan persyaratan administratif. Dengan adanya intervensi langsung seperti penyuluhan atau seminar di desa, diharapkan kapasitas pelaku UMKM dapat meningkat secara menyeluruh. Oleh karena itu, memperkuat peran pemerintah desa dalam membangun kembali kepercayaan dan jaringan sosial menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih berkelanjutan di Desa Tebing Tinggi.

Selain keterbatasan modal sosial, kondisi geografis Desa Tebing Tinggi yang terpencil menjadi kendala utama bagi UMKM di daerah tersebut. Meskipun jalan yang digunakan di desa ini sudah beraspal, banyak masyarakat di luar desa yang tidak mengetahui keberadaan Desa Tebing Tinggi. Hal ini menyebabkan rendahnya jumlah pelanggan dari luar desa, sehingga UMKM hanya dapat bergantung pada konsumen lokal. Kurangnya eksposur

terhadap pasar yang lebih luas membuat pelaku usaha kesulitan untuk meningkatkan jangkauan dan pemasaran produk mereka.

Minimnya program pelatihan dan pendampingan usaha juga menjadi faktor penghambat utama dalam perkembangan UMKM di desa ini. Hingga saat ini, belum ada program pelatihan yang terstruktur yang dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran mereka. Kurangnya pendampingan dalam pengelolaan usaha menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan dalam mengatur keuangan dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Tanpa pelatihan yang memadai, banyak pelaku usaha bertahan dengan sistem yang kurang efisien dan tidak mampu bersaing dengan usaha dari luar desa.

Hal ini menunjukkan adanya keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), sebagaimana dikemukakan oleh Handini, (2019). Menurutnya, UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam hal keterampilan kewirausahaan, manajemen, pengembangan produk, kontrol kualitas, akuntansi, hingga penelitian pasar. Ketiadaan keahlian tersebut berdampak besar terhadap kualitas produk, efisiensi operasional, dan kemampuan memperluas pangsa pasar.

Permasalahan diatas serupa dengan yang dikemukakan oleh Suci (2017:2) yang menyatakan bahwa kelemahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan kapasitas

usaha cukup kompleks dan mencakup berbagai faktor yang saling berhubungan. Beberapa di antaranya adalah kurangnya akses permodalan, baik dari segi jumlah maupun sumbernya, rendahnya kemampuan manajerial dan keterampilan operasional dalam mengorganisasi usaha, serta terbatasnya akses pemasaran. Kesamaan ini menunjukkan bahwa permasalahan yang dialami oleh UMKM di Desa Tebing Tinggi juga merupakan permasalahan umum yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil di berbagai daerah, sehingga membutuhkan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan untuk mengatasinya.

Selain itu, Hanasi dkk. (2023) juga mengemukakan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia dalam pengembangannya mencakup beberapa aspek penting. Pertama, akses terhadap permodalan menjadi tantangan besar bagi sebagian besar UMKM, terutama yang berada di pedesaan. Kesulitan dalam memperoleh dana dan sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan produksi, kualitas produk, serta daya saing di pasar merupakan kendala umum. Kedua, masalah pemasaran dan branding juga menjadi hambatan yang sering dialami. Banyak UMKM kesulitan memasarkan produk mereka akibat keterbatasan akses ke jaringan dan pasar, serta kurangnya promosi dan distribusi yang efektif. Ketiga, peningkatan kualitas produk masih menjadi tantangan besar karena banyak pelaku

UMKM belum memiliki keterampilan manajerial dan pengetahuan yang memadai untuk mengelola usaha secara profesional.

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Tebing Tinggi saling berkaitan dan mempengaruhi perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan. Kompleksitas permasalahan ini membuat pelaku usaha di desa sulit untuk berkembang secara optimal. Tanpa akses yang lebih luas terhadap modal, infrastruktur yang lebih baik, serta dukungan yang lebih besar dalam pengembangan usaha, UMKM di desa ini akan terus menghadapi kesulitan dalam bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

#### 4.3.2 Faktor Penyebab Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha untuk Menutup Usahanya

Menurut Sarjama, (2021:21) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bergerak di berbagai sektor ekonomi. Adapun perbedaan antara usaha mikro, kecil, dan menengah dapat dilihat dari nilai aset awal, rata-rata omzet tahunan, serta jumlah karyawan tetap yang dimiliki.

Namun, meskipun peran UMKM sangat vital, sektor ini masih menghadapi berbagai kendala yang menghambat keberlanjutan usahanya. Menurut Handani (2019), beberapa kelemahan utama UMKM meliputi keterbatasan finansial, kendala

pemasaran, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), permasalahan bahan baku, serta keterbatasan teknologi. Kelemahan-kelemahan ini saling berkaitan dan menjadi tantangan besar dalam pengembangan UMKM, khususnya di wilayah pedesaan.

Hal ini juga tercermin dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Tebing Tinggi, di mana pelaku UMKM menghadapi berbagai hambatan yang menyebabkan banyak dari mereka memilih untuk menutup usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung, ditemukan bahwa beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan tersebut antara lain adalah keterbatasan modal usaha, kendala dalam pemasaran produk, penurunan pendapatan, serta tingginya tingkat persaingan usaha. Faktor-faktor ini saling berkaitan dan saling memperkuat satu sama lain, sehingga memperburuk kondisi usaha secara keseluruhan.

Salah satu faktor yang paling dominan adalah keterbatasan modal usaha. Banyak pelaku usaha di Desa Tebing Tinggi menghadapi kesulitan dalam mempertahankan usaha mereka karena keuntungan yang diperoleh tidak cukup untuk dijadikan modal kembali. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Desmarlen, keuntungan yang ia peroleh tidak cukup untuk diputar kembali sebagai modal, sehingga usahanya harus ditutup. Hal serupa dialami oleh Ibu Eti Herawati, yang mengalami kesulitan dalam

mempertahankan usaha pempeknya karena kenaikan harga bahan baku yang signifikan. Ketika modal yang dimiliki tidak cukup untuk membeli bahan baku, kelangsungan usaha pun menjadi terancam.

Kondisi ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faristania dkk. (2024:266), yang menyatakan bahwa keterbatasan modal merupakan masalah yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Keterbatasan ini menyebabkan pelaku usaha sulit untuk berkembang karena tidak memiliki dana yang cukup untuk meningkatkan kualitas produk maupun memperluas pasar. Handini (2019), juga menjelaskan bahwa salah satu yang menjadi kelemahan UMKM adalah Keterbatasan finansial menjadi masalah bagi UMKM di Indonesia, terutama dalam hal modal awal dan modal kerja, serta akses terhadap pendanaan jangka panjang yang diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.

Selain keterbatasan modal, kendala dalam pemasaran produk juga menjadi alasan utama bagi pelaku UMKM untuk menutup usahanya. Berdasarkan wawancara dengan beberapa mantan pelaku usaha, ditemukan bahwa jumlah pelanggan yang terbatas menyebabkan pendapatan mereka tidak stabil. Banyak pedagang hanya mengandalkan pembeli dari dalam desa, yang jumlahnya relatif sedikit. Seperti yang diungkapkan oleh seorang mantan pelaku usaha, pembeli yang datang untuk membeli dagangannya

sering kali hanya membeli dalam jumlah kecil itupun anak-anak kecil, bahkan hanya dengan uang recehan. Hal ini membuat pelaku usaha sulit untuk memperoleh keuntungan yang cukup untuk menutupi biaya operasional.

Kendala dalam pemasaran produk ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Surya (2021:349) di Kecamatan Cileungsi. Penelitiannya menemukan bahwa aspek pemasaran menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM, di mana sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam strategi pemasaran untuk bersaing di dunia bisnis yang kompetitif. Kondisi serupa juga terjadi di Desa Tebing Tinggi, di mana pelaku usaha masih mengandalkan cara pemasaran konvensional dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Kendala dalam pemasaran produk diakibatkan karena kebiasaan masyarakat yang lebih memilih berbelanja di luar desa. Beberapa pelaku usaha mengaku bahwa warga Desa Tebing Tinggi cenderung lebih suka membeli barang atau makanan dari daerah lain dibandingkan dari desa sendiri. Sebagian pedagang mencoba menjangkau pasar di luar desa dengan menjual dagangan mereka secara keliling atau menitipkannya di tempat lain, namun tetap mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembeli yang konsisten. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu mantan pedagang, ia bahkan harus berjualan sampai ke Hiang dengan menitipkan barang

dagangannya kepada saudaranya agar bisa mendapatkan tambahan pelanggan.

Persaingan usaha juga menjadi salah satu tantangan utama yang mempengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya. Banyaknya pedagang dari luar desa yang masuk dan menjual produk serupa membuat persaingan semakin ketat, terutama bagi mereka yang menjual makanan ringan atau gorengan. Salah satu mantan pelaku usaha menyatakan bahwa banyak pelanggan lebih memilih untuk membeli dari pedagang yang sudah menjadi langganan mereka, sehingga usaha baru sulit berkembang. Selain itu, persaingan dengan pedagang keliling yang berasal dari luar desa juga semakin mempersempit peluang usaha bagi pelaku UMKM lokal.

Tingginya tingkat persaingan tidak hanya datang dari pedagang di dalam desa, tetapi juga dari pedagang luar yang masuk dan menawarkan produk dengan harga yang lebih murah. Beberapa mantan pelaku usaha mengungkapkan bahwa keberadaan warung atau kedai dari desa tetangga, seperti di Tanjung Tanah, membuat mereka semakin sulit menarik pelanggan. Di samping itu, pedagang makanan keliling yang datang ke desa selama bulan puasa semakin meningkatkan persaingan, sehingga pendapatan mereka semakin menurun.

Penurunan pendapatan menjadi salah satu dampak utama dari berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Banyak mantan pelaku UMKM menyatakan bahwa pendapatan mereka sering kali tidak stabil dan lebih banyak mengalami kerugian dibandingkan keuntungan. Seperti yang diungkapkan oleh seorang mantan pelaku usaha, ia sering mengalami hari-hari di mana penjualannya sangat sepi, sehingga modal yang dikeluarkan tidak dapat kembali. Hal serupa juga diungkapkan oleh pelaku usaha lain yang menyatakan bahwa penurunan pendapatan menjadi risiko utama dalam menjalankan usaha kecil.

Dengan memahami berbagai faktor yang menyebabkan pelaku UMKM menutup usahanya, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan usaha di Desa Tebing Tinggi masih menghadapi banyak tantangan. Faktor ekonomi dan sosial berperan dalam keputusan ini, dan tanpa adanya perubahan signifikan dalam kondisi usaha, tren penutupan usaha di desa ini kemungkinan akan terus berlanjut. Hal ini menjadi perhatian penting bagi pihak terkait dalam upaya untuk mendukung perkembangan UMKM agar tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

#### 4.3.3 Solusi Mengatasi Hambatan yang Dihadapi oleh Pelaku UMKM, serta Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha Mereka

Pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi menghadapi berbagai hambatan dalam menjalankan usaha mereka, seperti keterbatasan

modal, rendahnya akses pasar, kurangnya pelatihan usaha, serta ketatnya persaingan. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan strategi yang tepat guna agar mereka dapat bertahan dan meningkatkan daya saing usaha. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pelatihan dan pendampingan usaha yang berkelanjutan. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, penggunaan teknologi digital, serta teknik produksi yang lebih efisien. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, mereka menyadari pentingnya pelatihan yang bersifat praktis dan aplikatif karena dapat memberikan wawasan baru serta ide inovatif dalam mengembangkan usaha mereka.

Inovasi produk juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kepala Desa Tebing Tinggi menyampaikan bahwa inovasi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk bernilai tambah sangat penting agar usaha masyarakat dapat berkembang lebih jauh. Sebagai contoh, pengolahan daun kucai menjadi produk seperti jus dapat menjadi peluang bisnis baru yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penjelasan inovasi menurut Rosenfeld (Idris., Rahman., dkk., 2022:3), yang menyatakan bahwa inovasi adalah proses mengubah pengetahuan menjadi produk, proses, atau layanan baru serta melibatkan tindakan dalam memanfaatkan hal-

hal baru. Dengan adanya inovasi dalam pengolahan bahan baku, pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi dapat meningkatkan daya saing mereka dan memperluas pangsa pasar.

Strategi lain yang dapat diterapkan adalah pengembangan sektor pariwisata untuk meningkatkan perekonomian desa serta membuka peluang usaha baru bagi UMKM. Kepala Desa Tebing Tinggi menekankan bahwa salah satu rencana yang sedang diusulkan adalah pengembangan wisata Gua Kelelawar, yang diharapkan dapat menarik wisatawan dan menciptakan peluang usaha bagi pelaku UMKM di desa. Sebagaimana disampaikan oleh Kepala Desa, dengan meningkatnya jumlah wisatawan, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan tidak hanya bergantung pada pelanggan lokal. Selain itu, pengembangan wisata ini juga dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih dinamis, di mana sektor UMKM dapat bersinergi dengan sektor pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Selain itu, pemberian bantuan modal melalui Desa menjadi solusi penting dalam mengatasi keterbatasan dana yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dari hasil penelitian Amalia, (2018:254) juga mengemukakan bahwa Dukungan permodalan yang diberikan oleh pemerintah terbukti berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelaku usaha, mereka sangat membutuhkan tambahan modal untuk membeli bahan baku,

peralatan usaha, atau bahkan membuka usaha baru.. Salah satu pelaku usaha menyatakan bahwa dengan adanya tambahan modal, ia berencana membuka warung ayam kampung geprek yang lebih inovatif dan berbeda dari usaha yang sudah ada di desa. Ini menunjukkan bahwa pemberian modal tidak hanya membantu pelaku usaha bertahan, tetapi juga mendorong mereka untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

Strategi pemasaran dan menerapkan sistem *Cash On Delivery* (COD) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Berdasarkan wawancara dengan Azim, seorang pelaku usaha di Desa Tebing Tinggi, ia mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial, seperti Facebook dan WhatsApp, telah menjadi cara efektif dalam meningkatkan penjualan. Dengan strategi pemasaran digital dan sistem COD (*Cash on Delivery*), pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan di luar desa.

Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital juga memungkinkan pelaku UMKM untuk menerapkan sistem COD (*Cash on Delivery*), yang memberikan fleksibilitas bagi pelanggan dalam bertransaksi. Sistem ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual, tetapi juga memudahkan konsumen dari luar Desa Tebing Tinggi dalam melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke tempat

usaha. Dengan demikian, jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, tidak hanya terbatas pada pelanggan lokal, tetapi juga ke daerah lain yang lebih jauh.

Pemanfaatan strategi pemasaran digital ini sejalan dengan teori pemasaran Kotler dan Keller (2009), yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya (Isra dkk., 2024:2). Dalam era digital saat ini, pemasaran melalui media sosial bukan lagi sekadar pilihan, tetapi telah menjadi kebutuhan bagi UMKM terkhususnya di Desa Tebing Tinggi yang ingin bertahan dan bersaing. Dengan strategi pemasaran yang tepat, pelaku UMKM dapat membangun branding yang lebih kuat, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mengoptimalkan potensi pasar yang lebih luas.

Selain pemasaran digital, membangun kerja sama bisnis dengan pelaku usaha lain juga menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan pasar. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Hakim dan Bapak Azer dalam usaha kopi dan kulit manisnya, mereka membangun jaringan bisnis dengan mitra dari berbagai daerah untuk memperluas pemasaran produk. Dengan adanya kerja sama bisnis yang kuat, pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka.

Selain itu Himawati, (2024) dalam penelitiannya menjelaskan beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengatasi terjadinya kegagalan dalam menjalankan sebuah usaha diantaranya adalah:

1. Seorang wirausaha perlu memiliki pemahaman yang mendalam serta mempelajari secara detail usaha yang sedang atau akan dijalankan. Pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain juga bisa menjadi sumber pembelajaran yang berharga untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan hambatan dalam menjalankan usaha.
2. Dalam proses pengembangan usaha, wirausaha harus berupaya untuk memperkuat pondasi bisnisnya. Pondasi ini mencakup
3. Wirausaha juga dituntut untuk aktif mengikuti perkembangan dan dinamika dunia usaha. Dengan tetap memperbarui informasi dan tren yang ada, mereka dapat merancang strategi yang tepat dan relevan bagi kemajuan usahanya.
4. Pemahaman terhadap dasar-dasar manajemen sangat penting, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan sumber daya lainnya. Perencanaan yang matang dan tanggung jawab yang tinggi menjadi kunci dalam mengelola usaha secara efektif.
5. Kemampuan untuk membaca dan memahami laporan keuangan juga wajib dimiliki oleh seorang wirausaha.
6. Pengelolaan sumber daya manusia menjadi aspek penting lainnya.

7. Pemahaman mendalam mengenai kompetensi diri juga perlu ditingkatkan agar wirausaha mampu menghadapi berbagai perubahan yang terjadi secara dinamis dalam dunia bisnis.
8. Kesiapan fisik dan mental juga menjadi syarat penting bagi seorang wirausaha agar tetap tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan dan perubahan yang dapat terjadi kapan saja.
9. Meningkatkan mental keagamaan juga penting untuk dijadikan sebagai landasan moral dalam menjalankan usaha, sehingga aktivitas bisnis tetap berada dalam koridor etika dan nilai-nilai keagamaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, Pelaku UMKM di Desa Tebing Tinggi menghadapi berbagai hambatan dalam menjalankan usahanya, antara lain minimnya dukungan modal sosial dari pemerintah desa, lokasi geografis yang kurang strategis, serta terbatasnya akses terhadap program pelatihan kewirausahaan. Selain itu, mayoritas pelaku usaha belum memiliki kemampuan manajerial dan keterampilan kewirausahaan yang memadai, sehingga menghambat pengembangan usaha mereka.

Keputusan beberapa pelaku usaha untuk menutup usahanya dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti keterbatasan modal usaha, kendala dalam memasarkan produk, penurunan pendapatan, serta tingginya tingkat persaingan usaha dari luar maupun dalam desa desa. Faktor-faktor ini menyebabkan usaha yang dijalankan tidak mampu bertahan dalam jangka panjang.

Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut antara lain melalui penyelenggaraan pelatihan atau program pemberdayaan masyarakat, pengembangan sektor pariwisata desa sebagai daya tarik ekonomi, pemberian dukungan modal usaha oleh pemerintah desa, pemanfaatan media sosial dan sistem *Cash On Delivery* (COD) sebagai sarana pemasaran yang efektif, serta membangun jaringan kemitraan antar

pelaku usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

## 5.2 Saran

1. Bagi pemerintah desa diharapkan dapat lebih aktif menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan dan memberikan dukungan modal usaha, terutama bagi pelaku UMKM yang baru merintis usahanya.
2. Bagi pelaku UMKM disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sarana promosi, serta menerapkan sistem COD untuk menarik minat pembeli dari luar daerah.
3. Bagi peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait efektivitas strategi digital dalam pemasaran UMKM, serta potensi sektor pariwisata desa sebagai penggerak ekonomi lokal yang berdampak terhadap pertumbuhan usaha kecil.
4. Bagi lembaga terkait diharapkan dapat memfasilitasi terbentuknya kemitraan antar pelaku usaha serta menyediakan pendampingan berkelanjutan guna memperkuat daya saing UMKM di tingkat lokal maupun regional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qura'an dan Tejemahannya: Juz 1-30*. Banten: PT. Insan Media Pustaka.
- Aditi, B. (2017). *Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Buisiness*. In *Jaring Inspirasi: Yogyakarta* (Issue Maret).
- Amalia, M. R. (2018). *Analisis Pengaruh Pelatihan, Bantuan Modal, dan Cara Pengelolaan Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Permana*. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 248–256.
- Astri, G. & Adzra. H. E. G. (2022). *Analisis Hambatan Improvisasi Berwirausaha Pada Usaha Kuliner Dikota Padang*. CEMERLANG: *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 270–283.
- BPS Kabupaten Kerinci. (2024). *Kecamatan Danau Kerinci Barat dalam Angka 2024*. In *Badan Pusat Statistik Kabupaten Kerinci* (Vol. 39).
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*. In *Gerbang Media Aksara* (Vol. 11, Issue 1).
- Fadli, Z., Sudirji. F., dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran Digital*. In *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018)
- Faristania, R. A., Utami. C. B. (2024). *Analisis Peran Pegadaian Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Jepara*. 09(02), 255–268.
- Fiantika., Wasil M., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue Maret).
- Firmansyah, A., Roosmawarni. A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)* (Issue September).
- Fitriani, F. F., Sihab, M. A., dkk. (2024). *Pengembangan produk lokal dan motivasi kewirausahaan umkm di desa Banjarmangu*. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol. 2, Hal. 430–435.
- Ghina, A., & Gushendri. A. H. E. (2022). *Analisis Hambatan Improvisasi Berwirausaha Pada Usaha Kuliner Dikota Padang*. CEMERLANG: *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 270–283.
- Hanasi, R. A., Kadir, M. K. K., dkk. (2023). *Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Posso dan Desa Bubode Kabupaten*

- Gorontalo Utara Socialization of Small and Medium Enterprises Development in Posso Village and Bubode Village, North Gorontalo Regency. SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 10–22.*
- Hakim, M. F. N., (2019). *Potensi Dan Pengembangan Obyek Pariwisata Curug Jeglong Kabupaten Kendal Kabupaten Plantungan Jawa Tengah. Journal of Tourism and Economic, 2(1), 10–19.*
- Handini, s., Sukei., K. H. (2019). *Manajemen UMKM dan koperasi. In Manajemen UKMK dan Koperasi.*
- Haryoko, S., Bahartiar., & Arwadi, F. (2020). *Analisis data penelitian kualitatif (konsep, teknik, & prosedur analisis).*
- Hastuti, R. V., D. (2023). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) di Desa Pematang Kuala, Serdang Bedagai. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, VOL 4, NO(September), 3481–3484.*
- Himawati, N. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan dalam Berwirausaha : Sebuah Studi Literatur Determinants of Success and Failure in Entrepreneurship, A Literature Review. 1(2), 96–105.*
- Idris. R.S., Rahman. L. M. A., D. (2022). *Kewirausahaan dan Inovasi. In Kreativitas dan Inovasi.*
- Irfan, F., Suharto, & Hanif. (2023). *Pengaruh Modal Usaha dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomis Islam, 9(01), 1259–1278.*
- Isra, M., Diah. W., & Ely. R. (2024). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents.*
- Kintoko., Rahmawati. N. D., dkk. (2023). *Kewirausahaan. In Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif.*
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif. In Jurnal Sains dan Seni ITS (Vol. 6, Issue 1).*
- Ningtyas, A. K., & Kusuma, Y. B. (2024). *Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. Journal of Creative Student Research, 2(4), 103–116.*

- Nurjanna, (2020). *Pengakuan dan pengukuran pendapatan berdasarkan PSAK no. 23 pada Kalla Toyota Makassar*. *Keuangan Dan Perbankan.*, 2(75), 35–41.
- Putri, M. K., Ghina. A., K. (2020). *Identifikasi motivasi dan hambatan wanita pengusaha (studi pada ikatan wanita pengusaha indonesia kota Depok)*. *E-Proceeding of Management* :, 7(1), 228–238.
- Qatrunnada, J. N. (2024, Januari 15). *Surat At Talaq: 2-3, Ayat 1000 Dinar Pelancar Rezeki*. *detikhikmah*.
- Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). *Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha UMKM*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 448–456.
- Rahmadi, (2018). *Pengantar metodologi penelitian*. In Antasari Press.
- Reken. F., Erdawati., dkk. (2016). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
- Saefullah, E., Rohaeni. N, T. (2022). *Manajemen usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial*. In *Memahami Modal Sosial*.
- Saputri, P. A., Khomsatun, S., dkk. (2024). *Analisis Kendala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung*. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 45–50.
- Saragih, R. (2019). *Menelusuri penyebab lambannya perkembangan umkm di Desa baru dan Dusun tuntungan Kecamatan Pancur Batu, kabupaten Deli Serdang*. *Kewirausahaan*, 5(1), 8.
- Sarjama, S., Susandini., Azmi. Z., dkk. (2021). *Manajemen UMKM*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Septiana, N. I., Muar, R., dkk. (2019). *Analisis masalah dan solusi prioritas pengembangan UMKM*. *Septiana. N. I., Rozi. A. F. R., Muar. R.*, 3(1), 1–16.
- siregar, A. M., Siregar, H.N.I., D. (2024). *Jurnal Inovasi Pendidikan*. *Jurnall Inovasi Pendidikan*, 6(1), 52–61.
- Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengan) di Indonesia*. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Surya, A. (2021). *Analisis Faktor Penghambat Umkm Di Kecamatan Cileungsi*. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 342–350.

- Susilawati, R., Imsin. M., & Nikmah. K., (2021). *Analisis Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang*. Akuntansi 45, 2(2), 120–127.
- Suyedi, S. S., & Idrus, Y. (2019). *Hambatan-Hambatan Belajar Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Mahasiswa Dalam Pembelajaran Mata Kuliah Dasar Desain Jurusan Ikk Fpp Unp*. Gorga : Jurnal Seni Rupa, 8(1), 120–128.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Mengengah (2008).
- Widodo, A. S. (2017). *Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribuisiness Start Your Own Buisiness*. In *Jaring Inspirasi: Yogyakarta* (Issue Maret).
- Yuardani, A. M., Heriyanto, H., dkk., (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pendampingan untuk Pengembangan Pariwisata pada Desa Sungai Kupah*. Jurnal Abdidas, 2(2), 176–185.

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### INSTRUMEN WAWANCARA

##### 1. Pertanyaan untuk Kepala Desa

No	Rumusan Masalah	Indikator	pertanyaan
1	Hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di Desa Tebing Tinggi	Modal usaha	1. Apa program desa untuk membantu UMKM mengatasi masalah modal usaha?
		pemasaran produk	1. Bagaimana desa mendukung UMKM memasarkan produknya? 2. Apakah ada kerja sama dengan pihak luar untuk pemasaran produk UMKM?
		Persaingan usaha	1. Bagaimana desa mengatasi persaingan usaha antara pelaku lokal dan dari luar desa?
		Pelatihan/bantuan	1. Apakah desa pernah memberikan pelatihan atau

			<p>bantuan teknis untuk UMKM?</p> <p>2. Apa jenis pelatihan yang paling dibutuhkan oleh pelaku UMKM di desa ini?</p>
2.	Faktor penyebab yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya	Data penurunan jumlah UMKM	<p>1. Apakah desa memiliki data tentang penurunan jumlah UMKM?</p> <p>2. Bagaimana desa membantu UMKM mengatasi masalah ini?</p>
		Memperluas pasar	1. Apakah desa pernah mendukung UMKM untuk memperluas jangkauan pasar?
		modal dan biaya	1. Apakah desa memiliki program pinjaman modal atau bantuan usaha?

		Persaingan usaha	1. Apakah desa memiliki langkah strategis untuk membantu UMKM bersaing dengan usaha besar dari luar desa?
3.	Solusi apa yang dapat diterapkan untuk membantu pelaku UMKM mengatasi hambatan tersebut dan meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha	Bantuan modal usaha	1. Apakah desa memiliki program bantuan atau pinjaman modal? 2. Bagaimana prosesnya untuk UMKM mengakses bantuan tersebut?
		Variasi produk	1. Apakah desa mendorong usaha kecil untuk membuat lebih banyak jenis produk? 2. Apa bantuan yang diberikan desa agar usaha kecil bisa membuat produk

			yang lebih beragam?
		Inovasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah desa mendorong pelaku usaha untuk menciptakan produk baru atau berbeda?</li> <li>2. Apa program yang ada untuk membantu usaha kecil melakukan inovasi?</li> </ol>
		Digitalisasi dan teknologi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah desa memiliki program untuk mendukung digitalisasi usaha UMKM?</li> <li>2. Bagaimana desa membantu UMKM memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha?</li> </ol>

## 2. Pertanyaan untuk Pelaku UMKM yang Masih Berjalan

No.	Rumusan masalah	indikator	pertanyaan
1.	Hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di Desa Tebing Tinggi	Modal usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah modal usaha Anda mencukupi untuk kebutuhan usaha?</li> <li>2. Bagaimana Anda memenuhi kebutuhan modal usaha?</li> </ol>
		pemasaran produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda mengalami kesulitan memasarkan produk?</li> <li>2. Apa strategi Anda untuk memperluas pasar?</li> </ol>
		Persaingan usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda merasa terpengaruh oleh persaingan usaha dari dalam atau luar desa?</li> <li>2. Bagaimana Anda menghadapi persaingan usaha?</li> </ol>
		Pelatihan/bantuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan usaha?</li> <li>2. Jika ya, pelatihan</li> </ol>

			<p>apa?</p> <p>3. Apakah pelatihan dapat membantu Anda mengembangkan usaha?</p>
2.	Faktor penyebab yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya	Pendapatan UMKM	<p>1. Apakah usaha Anda pernah mengalami penurunan pendapatan?</p> <p>2. Bagaimana cara Anda mengatasinya?</p>
		Pemasaran	<p>1. Apakah sulit mendapatkan pelanggan menjadi tantangan utama Anda?</p> <p>2. Apa yang Anda lakukan untuk menarik pelanggan?</p>
		modal dan biaya	<p>1. Apakah Anda merasa kesulitan memenuhi biaya operasional usaha?</p> <p>2. Bagaimana Anda menyasati kendala biaya?</p>
		Persaingan usaha	<p>1. Bagaimana Anda menghadapi</p>

			<p>persaingan usaha?</p> <p>2. Apakah persaingan dengan usaha dari luar desa berdampak pada usaha Anda?</p>
3.	Solusi apa yang dapat diterapkan untuk membantu pelaku UMKM mengatasi hambatan tersebut dan meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha	Bantuan modal usahausaha	<p>1. Apakah Anda memerlukan tambahan modal untuk mengembangkan usaha?</p> <p>2. Apakah Anda pernah mencoba mengajukan bantuan modal?</p>
		Variasi produk	<p>1. Apakah Anda merasa perlu menambah variasi produk?</p> <p>2. Apa kendala yang Anda hadapi untuk variasi produk?</p>
		Inovasi	<p>1. Apakah Anda pernah mencoba membuat produk baru untuk menarik pelanggan?</p> <p>2. Apa ide atau rencana inovasi</p>

			yang ingin Anda lakukan ke depan?
		Digitalisasi dan teknologi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda tertarik memanfaatkan teknologi untuk mempermudah usaha?</li> <li>2. Teknologi apa yang menurut Anda paling membantu untuk usaha Anda?</li> </ol>

### 3. Pertanyaan untuk Pelaku UMKM yang Sudah Berhenti

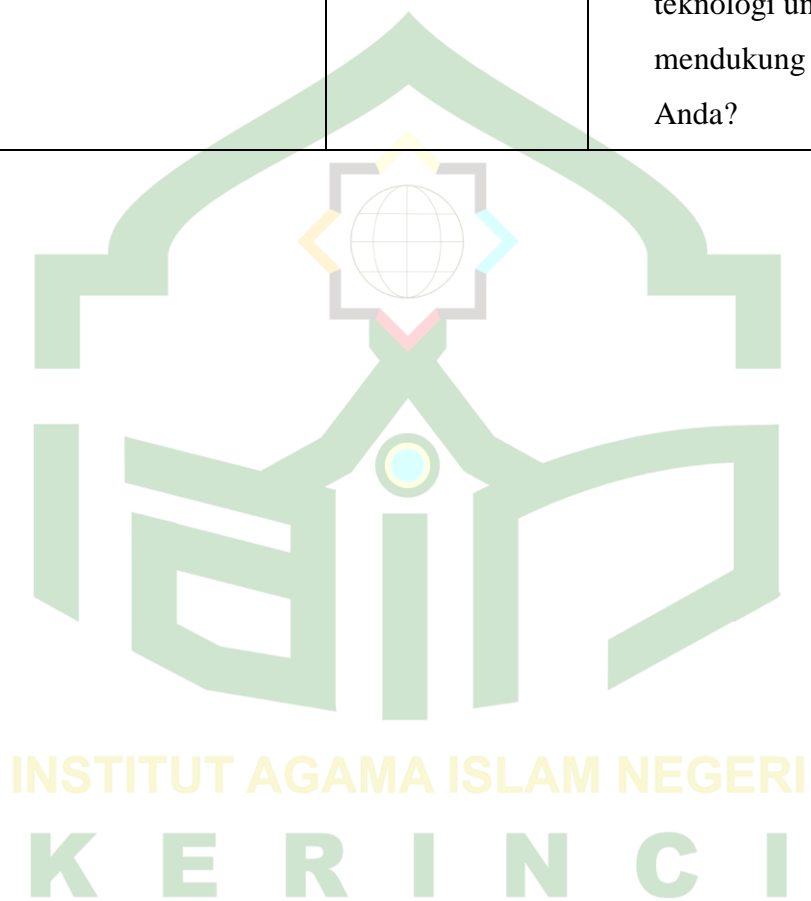
No.	Rumusan masalah	indikator	pertanyaan
1.	Hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di Desa Tebing Tinggi	Modal usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah kekurangan modal menjadi alasan utama menutup usaha Anda?</li> <li>2. Apakah Anda sempat mencari bantuan modal sebelum menutup usaha?</li> </ol>
		pemasaran produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah kesulitan pemasaran menjadi alasan utama usaha Anda berhenti?</li> <li>2. Bagaimana cara</li> </ol>

			Anda memasarkan produk sebelumnya?
		Persaingan usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah persaingan usaha menjadi alasan utama Anda menutup usaha?</li> <li>2. Apakah Anda merasa tidak mampu bersaing dengan usaha dari dalam/ luar desa?</li> </ol>
		Pelatihan/bantuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda pernah mendapatkan pelatihan sebelum usaha Anda berhenti?</li> <li>2. Apakah bantuan teknis dapat membuat Anda mempertimbangkan membuka usaha kembali?</li> </ol>
2.	Faktor penyebab yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menutup usahanya	Penurunan pendapatan UMKM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah penurunan pendapatan menjadi alasan utama usaha Anda berhenti? 2</li> <li>2. Apakah Anda mencoba mencari solusi sebelum usaha berhenti?</li> </ol>

		Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah sulit mendapatkan pelanggan menjadi penyebab utama usaha Anda berhenti?</li> <li>2. Apa strategi Anda sebelumnya untuk mendapatkan pelanggan?</li> </ol>
		modal dan biaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah masalah modal dan biaya menjadi alasan utama usaha Anda berhenti?</li> <li>2. Apakah ada bantuan modal yang pernah Anda coba akses?</li> </ol>
		Persaingan usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah persaingan dengan usaha besar menjadi penyebab Anda menutup usaha?</li> <li>2. Apakah ada usaha desa untuk membantu Anda menghadapi persaingan tersebut?</li> </ol>
3.	Solusi apa yang dapat diterapkan untuk	Bantuan modal usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jika Anda ingin memulai usaha lagi,</li> </ol>

	membantu pelaku UMKM mengatasi hambatan tersebut dan meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha		apakah Anda memerlukan bantuan modal? 2. Apa bentuk bantuan modal yang menurut Anda paling efektif?
	Variasi produk		1. Apakah kurangnya variasi produk menjadi alasan usaha Anda berhenti? 2. Jika ingin memulai usaha baru, apakah Anda mempertimbangkan variasi produk?
	Inovasi		1. Apakah Anda pernah mencoba membuat inovasi produk saat usaha masih berjalan? 2. Jika ada dukungan lebih untuk berinovasi, apakah Anda akan mempertimbangkan membuka usaha lagi?
	Digitalisasi dan teknologi		1. . Apakah Anda merasa digitalisasi

			<p>dapat membantu keberlanjutan usaha Anda?</p> <p>2. Jika memulai usaha kembali, apakah anda akan menggunakan teknologi untuk mendukung usaha Anda?</p>
--	--	--	--



## LAMPIRAN 2

### DATA IDENTITAS INFORMAN

#### 1. Key informan

Nama: Subhan Jamil

Usia:53

Jabatan: kepala Desa

Alamat:RT. 4, Dusun Baru, Desa Tebing Tinggi

#### 2. Informan utama

##### a) Pelaku UMKM yang masih berjalan

1. Nama: Azim

Usia: 29

Alamat:RT. 3, Koto Baru, Desa Tebing Tinggi

penjual empek empek

2. Nama: Elimawati

Usia: 54

penjual Gorengan

Alamat: RT. 1, Sawahan, Desa Tebing Tinggi

3. Nama: Elpi

Usia: 35

Usaha warung sembako

Alamat:RT. 2, Koto Tuo, Desa Tebing Tinggi

4. Nama: Azer

Usia: 45

Pelaku usaha kulit manis

Alamat: RT. 4, Dusun Baru, Desa Tebing Tinggi

6. Nama: Hasan basri

Usia: 52

Usaha warung dan pedagang sayur

Alamat: RT. 3, Koto Baru, Desa Tebing Tinggi

7. Nama: Juriami

Usia: 26

Usaha Ayam Kampung

Alamat: RT.4, Dusun Baru, Desa Tebing Tinggi

8. Narasumber 11: Hakim mursalin dan eka (Suami istri)

Usia: 31 & 29 Tahun

Usaha kopi, ayam petelur, dan usaha warung hanif

Alamat: RT. 4, Dusun Baru, Desa Tebing Tinggi

b) Pelaku UMKM yang berhenti

1. Narasumber 2: Desmarlen

Usia: 43

Mantan pelaku usaha penjual sambal

Alamat: RT.2, Koto Tuo, Desa Tebing Tinggi

2. Nara sumber 3: Desmawati

Usia: 45

Mantan pelaku usaha sarapan pagi

Alamat: RT. 1, Sawahan, Desa Tebing Tinggi

3. Narasumber 4: Eti Herawati

Usia: 42

Mantan penjual empek empek

Alamat:RT.4, Dusun Baru, Desa Tebing Tinggi



**LAMPIRAN 3****DOKUMENTASI PENELITIAN**

G.1. Wawancara Kades Tebing Tinggi Bapak Subhanjamil



G.2. Wawancara Bapak Hasan Basri Usaha warung dan pedagang sayur



G.3. Wawancara Bapak Hakim dan Ibu Eka (suami istri) Usaha kopi, ayam petelur, dan usaha warung hanif



G.4. Wawancara Ibu Elpi Usaha warung sembako



G.5. Wawancara Ibu Elimawati penjual gorengan



G.6. Wawancara Bapak Azer Usaha kulit manis



G.7. Wawancara Bapak Azim penjual pempek



G.8. Wawancara Kakak Juriami Usaha ayam kampung



G.9. Wawancara Ibu Desmarlen mantan penjual sambal



G.10. Wawancara Ibu Eti Herawati mantan penjual pempek



G.11. Wawancara Ibuk Desmawati mantan pelaku usaha sarapan pagi

**LAMPIRAN 4****DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS**

Nama Lengkap : Merya Nadilla  
 Nama Panggilan : Dilla  
 NIM : 2110402021  
 Kewarganegaraan : Indonesia  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 TTL : Kerinci, 18 Maret 2004  
 Alamat : Tebing-Tinggi  
 Status : Mahasiswi  
 Nama Ayah : Fahdi  
 Nama Ibu : Eti Herawati

**Riwayat Hidup**

No	Pendidikan	Tempat	Tahun Lulus
1	SD 10///Tebing Tinggi	Tebing Tinggi	2015
2	MTS 4 Kerinci	Seleman	2018
3	MAN 1 Kerinci	Sebukar	2021
4	IAIN Kerinci	Kota Sungai Penuh	2024