

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini pertumbuhan ekonomi yang baik merupakan penilaian keberhasilan pemerintah dalam melakukan pembangunan. Indikator keberhasilan pembangunan dapat dilihat dari berbagai aspek, salah satunya aspek ekonomi. Pemerintah membuat dan mendukung program-program dengan konsep ekonomi kerakyatan. Konsep ekonomi kerakyatan adalah gagasan dan tujuan pembangunan dengan sasaran utama perbaikan nasib rakyat. Konsep ini mengadakan perubahan penting ke arah kemajuan bagi sebagian besar rakyat Indonesia yang dalam keadaan serba kekurangan dan keterbelakangan (Sarbini Sumawinata, 2014).

Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berlimpah. SDM berperan penting dalam pembangunan suatu negara. Namun, ketersediaan SDM tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang ada sehingga mengakibatkan banyaknya pengangguran. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus 2018, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7 juta orang atau 5,34 persen dari angkatan kerja sebanyak 131,01 juta orang. Dan banyaknya jumlah penduduk yang bekerja adalah 124,01 persen (Statistik, 2018). Untuk mengatasi pengangguran dapat dilakukan dengan menyediakan lapangan pekerjaan dengan membuka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang

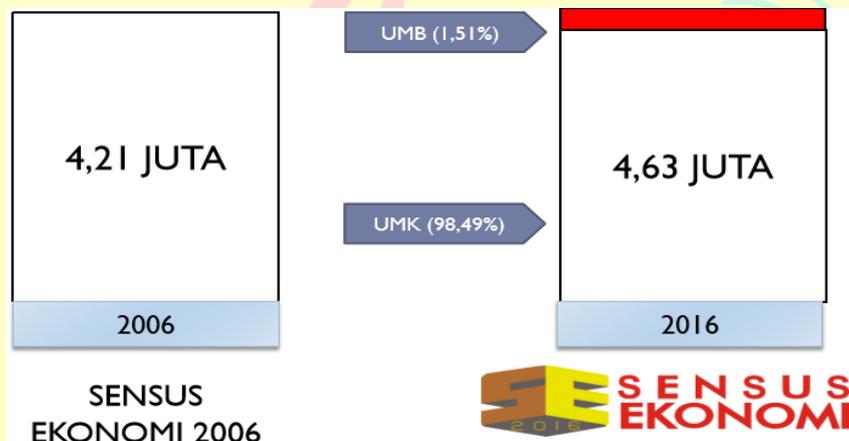
menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Pada tahun 1998 banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktivitasnya. Namun, UMKM dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian ditengah keterpurukan akibat krisis moneter.

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu pula yang terjadi di Indonesia. UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan *industrial base*, penguatan struktur ekonomi lokal, keseimbangan antar sektor dan subsektor, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dalam pembangunan nasional.

Sejak diberlakukannya Undang Undang No. 25 tahun 2001 tentang kebijakan pembangunan sektor riil atau sektor penghasil barang dengan melaksanakan program pembangunan ekonomi nasional dalam jangka menengah, membuat sektor industri pada UMKM menjadi fokus perhatian pemerintah Indonesia dalam mengembangkan sektor riil, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM yang ada telah membuka lapangan kerja bagi sekitar 116 juta tenaga kerja lokal. BPS mencatat jumlah usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data tahun 2013 sampai dengan 2015 jumlah untuk usaha mikro dan kecil mencapai 10 juta unit (Statistik, 2018).

Peningkatan UMKM tidak hanya terjadi secara nasional. Di Jawa Barat juga terdapat peningkatan jumlah UMKM. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah UMKM dalam kurun waktu 10 tahun. Peningkatan jumlah UMKM tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar I.1
Peningkatan jumlah UMKM di Jawa Barat selama 10 tahun



Sumber: www.jabar.bps.go.id

Peningkatan UMKM terjadi karena adanya kemampuan koperasi dan usaha kecil di Jawa Barat dalam menghasilkan produk unggulan dengan pengelolaan berdasarkan sistem manajemen profesional. Artinya Koperasi dan Usaha Kecil di Jawa Barat memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif (*core competency*) baik di tingkat nasional dan internasional. Koperasi dan Usaha Kecil di Jawa Barat memiliki *market share* relatif besar untuk produk-produk unggulan Provinsi Jawa Barat dibandingkan dengan provinsi lainnya di Indonesia untuk produk-produk usaha kecil di pasar nasional dan internasional. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya jumlah usaha yang tersebar

di berbagai wilayah yang ada di Jawa Barat. Jumlah UMKM yang ada di seluruh wilayah Jawa Barat dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar I.2
Jumlah Usaha Menurut Kabupaten/Kota dan Skala Usaha di Jawa Barat
Tahun 2016

Kabupaten/Kota	UMK	UMB	Jumlah	Distribusi (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01.BOGOR	368.740	6.308	375.048	8,09
02.SUKABUMI	266.945	2.057	269.002	5,80
03.CIANJUR	249.221	1.587	250.808	5,41
04.BANDUNG	348.858	4.419	353.277	7,62
05.GARUT	257.858	1.283	259.141	5,59
06.TASIKMALAYA	187.458	610	188.068	4,06
07.CIAMIS	138.877	842	139.719	3,01
08.KUNINGAN	94.090	795	94.885	2,05
09.CIREBON	250.162	2.442	252.604	5,45
10.MAJALENGKA	155.419	1.422	156.841	3,38
11.SUMEDANG	115.039	1.164	116.203	2,51
12.JINDRAMAYU	189.325	1.721	191.046	4,12
13.SUBANG	168.486	1.292	169.778	3,66
14.PURWAKARTA	85.745	1.501	87.246	1,88
15.KARAWANG	230.654	2.952	233.606	5,04
16.BEKASI	225.844	5.198	231.042	4,98
17.BANDUNG BARAT	155.041	1.246	156.287	3,37
18.PANGANDARAN	59.990	303	60.293	1,30
71.KOTA BOGOR	83.515	2.891	86.406	1,86
72.KOTA SUKABUMI	39.059	923	39.982	0,86
73.KOTA BANDUNG	333.112	10.826	343.938	7,42
74.KOTA CIREBON	38.799	1.425	40.224	0,87
75.KOTA BEKASI	193.619	9.437	203.056	4,38
76.KOTA DEPOK	158.210	4.178	162.388	3,50
77.KOTA CIMAHI	55.851	1.059	56.910	1,23
78.KOTA TASIKMALAYA	89.488	1.625	91.113	1,97
79.KOTA BANJAR	25.553	343	25.896	0,56
Jumlah	4.564.958	69.849	4.634.807	100,00

Sumber: www.jabar.bps.go.id

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Usaha kecil berperan sebagai kekuatan strategis dan memiliki posisi penting, tidak hanya dalam hal penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga untuk menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Produk yang dihasilkan usaha kecil umumnya juga berbasis pada kebutuhan masyarakat luas dan memiliki keunggulan yang komparatif. Selain itu, usaha kecil yang memiliki faktor-faktor produksi tidak bergantung pada valuta asing, lebih dapat bertahan dari krisis daripada usaha besar. Sehingga, perkembangan usaha kecil merupakan hal penting untuk ditinjau lebih dalam.

Tulus T. H. Tambunan (2002) menyatakan bahwa di Indonesia, industri kecil dan menengah mempunyai kontribusi yang besar dalam menciptakan kesempatan kerja. Selain itu kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai salah satu motor penggerak bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal. Industri kecil ini termasuk sektor informal yang sifatnya mudah dimasuki oleh tenaga kerja karena tidak membutuhkan persyaratan yang lebih khusus seperti pendidikan tinggi. Peranan industri kecil dalam masyarakat telah menjadi bagian yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Hal itu disebabkan karena hampir seluruh kegiatan industri yang ada melibatkan

bagian terbesar dalam kegiatan ekonomi rakyat. Oleh sebab itu menjadi perhatian besar pemerintah, agar unit-unit ekonomi ini tetap berkembang secara mandiri.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi keberadaan industri pada suatu wilayah tertentu atau tersebar pada berbagai wilayah, tidak terlepas dari pengaruh atau ketersediaan faktor-faktor perkembangan industri seperti modal, bahan baku, transportasi, lokasi dan pemasaran. Demikian pula halnya tentang jenis produk yang dihasilkan, antara lain dipengaruhi oleh adanya permintaan konsumen, tingkat penguasaan teknologi yang dikuasai, keadaan dan kualitas tenaga kerja yang disediakan oleh wilayah dimana industri tersebut berada.

Di Jawa Barat, khususnya di Kota Depok, UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Mengingat penyumbang terbesar Produk Regional Bruto (PDRB) di kota Depok adalah UMKM yaitu sebanyak 65 persen, sementara 35 persen dari berbagai usaha lainnya. Hal tersebut disampaikan oleh Walikota Depok, Mohammad Idris usai menghadiri acara Gebyar UMKM di Lapangan Merdeka, Kecamatan Sukmajaya.

Idris menyatakan, jumlah UMKM di Kota Depok hingga saat ini sekitar 1.000 pelaku usaha. UMKM terbesar masih dikuasai oleh usaha kuliner dan *fashion*. “Kami terus bersemangat memotivasi dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan para pelaku UMKM, karena kontribusinya terhadap perkembangan ekonomi di Kota Depok yang begitu besar,” jelasnya. Idris menambahkan, guna meningkatkan kapasitas UMKM di Kota Depok, pemerintah kota terus

memfasilitasi pada berbagai *event* dan memberikan berbagai pelatihan. Namun, menurutnya, kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha adalah pemasaran. Dikutip dari radardepok, Selasa (24/4/2018). (Koran Radar Depok, 2018).

Terdapat satu sentra usaha yang bergerak di bidang pakaian. Sentra usaha tersebut dikenal dengan nama Wisata Belanja Bulak Timur Depok. Sentra tersebut merupakan sentra usaha industri konveksi dengan besar usaha yang berbeda-beda. Sentra bisnis industri konveksi Wisata Belanja Bulak Timur Depok yang berada di daerah Depok ini pada awalnya cukup terkenal dengan usaha tekstilnya.

Pada awalnya dengan mengunjungi perkampungan industri ini, para pengunjung dapat melihat cara kerja dalam setiap proses pembuatan barang yang akan diproduksi, seperti pembuatan pakaian. Selain itu pengunjung juga dapat memesan barang dan membeli barang dengan harga yang relatif murah. Namun, pada saat ini jumlah pengusaha yang berada di Wisata Belanja Bulak Timur Depok semakin berkurang.

Wisata Belanja Bulak Timur Depok adalah tempat usaha yang bergerak di bidang konveksi, yang berdiri sejak tahun 1980. Wisata Belanja Bulak Timur Depok terletak di Jalan Bulak Timur tepatnya di Kelurahan Cipayung, Kecamatan Cipayung, Kota Depok. Jalan Bulak Timur berdekatan dengan Jalan Raya Cipayung Jaya. Sekilas, lokasi sentra ini berbentuk gang, seperti perkampungan pada umumnya.

Penduduk di sekitar Depok mengenal sentra tersebut dengan sebutan Kampung Bulak Timur. Dari gapura depan, nampak jelas deretan kios atau toko yang menjual beragam jenis pakaian berupa legging, celana training, celana joger, dan masih banyak lagi. Sampai saat ini, sentra ini menjadi primadona bagi para pedagang konveksi. Kampung kecil di pinggiran Kota Depok ini menjadi magnet bagi para distributor, agen, dan pengecer di pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Awalnya yang mendirikan usaha konveksi hanya dua sampai tiga rumah. Itu pun hanya mengolah bahan kain sisa pabrik karena dulunya sebagian besar warga disini bekerja di pabrik pakaian dan konveksi. Bahan kain sisa tersebut diambil dari pabrik konveksi yang ada di daerah Bogor, Tangerang, dan Bandung. Sentra bisnis konveksi di Bulak Timur kian membesar setelah krisis moneter.

Pada tahun 1998 terjadi krisis moneter sehingga banyak warga yang bekerja di pabrik konveksi terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Untuk mempertahankan hidup, mereka mencoba membuat usaha konveksi kecil-kecilan di rumah mereka. Mereka menjadikan rumah-rumah mereka sebagai basis produksi sekaligus sebagai tempat menjual produk mereka. Selain itu mereka juga menitipkan dagangan kepada pedagang keliling yang memasarkan aneka barang di perkampungan dan kompleks perumahan sekitar Depok.

Produk konveksi rumah tangga tersebut ternyata mendapat sambutan cukup baik dari para pembeli karena harganya murah dan kualitasnya yang

bagus. Perlahan-lahan, hasil produksi konveksi Bulak Timur mulai banyak dikenal orang. Peredarannya semakin meluas, tidak hanya di sekitar Depok saja melainkan menyebar ke berbagai kota seperti Bogor, Sukabumi bahkan sampai ke Medan. Para pedagang grosir di Tanah Abang, Cipulir, dan Jatinegara juga mulai melirik Bulak Timur. Mereka mengambil barang untuk kemudian dijual lagi kepada para pedagang yang berbelanja kulakan di ketiga pusat perdagangan konveksi di Jakarta tersebut.

Jumlah pelaku usaha yang ada di Wisata Belanja Bulak Timur Depok setelah mengalami perkembangan yang pesat hampir mencapai 200 orang. Namun sejak tahun 2014, terjadinya penurunan pembelian oleh masyarakat sehingga banyak pelaku usaha yang terpaksa mengurangi jumlah produksi mereka agar tidak mengalami kerugian. Bahkan ada yang terpaksa sampai gulung tikar karena omset penjualan tidak dapat menutupi utangnya atas pinjaman modal usaha mereka kepada pihak bank sehingga ada beberapa tempat usaha mereka yang disita oleh pihak bank. Akibat dari kondisi tersebut, sampai saat ini jumlah pelaku usaha yang ada di Wisata Belanja Bulak Timur Depok terus berkurang. Hingga saat ini, tersisa sebanyak 90 pelaku usaha yang masih mempertahankan eksistensinya di Kampung Bulak Timur. Berikut ini daftar tempat usaha yang ada di Wisata Belanja Bulak Timur Depok.

Tabel I.1
Daftar tempat usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok

No.	Nama tempat usaha
1.	Josua Collection
2.	Farrel Konveksi
3.	Firman Konveksi
4.	Reva Collection
5.	ABG Collection
6.	Sinar Collection
7.	Regina Collection
8.	Kramcloth Konveksi
9.	Clarisi Collection
10.	Yemima Collection
11.	Pindonta Collection dan Konveksi
12.	Paska Rafael Collection
13.	Toko Pakaian Bulak
14.	Is Ira Scraft
15.	Grosir Celana Murah
16.	Hakeda Konveksi
17.	Caca Cantika Fashion
18.	Konveksi Soala Gogo
19.	Octa Collection
20.	Farhan Collection
21.	Mutiara Collection
22.	Adeeva Collection
23.	Dewi Collection
24.	Denim Factory Kids
25.	Indah Lestari Collection
26.	Alief Collection
27.	Inayah Collection
28.	Wafiy Collection
29.	Kevin Collection
30.	Sandy Collection
31.	Aldi Collection
32.	Rahmat "A" Collection
33.	Revan Collection
34.	Alice Collection
35.	Teh Neng Collection
36.	Anas Collection
37.	Eli Mikhail Collection
38.	SG. Collection
39.	Linda Collection
40.	Anugrah Jaya Collection
41.	Nuela Collection
42.	Nabila Collection
43.	Jonathan Collection
44.	Ihsan Collection
45.	Murni Collection
46.	Ayi Collection
47.	Eva Collection
48.	Ican Collection
49.	Fawaz Collection
50.	Khairi Collection
52.	Sola Gracia Collection
53.	Faidz Collection
54.	Andara Collection
55.	Al Fajri Busana
56.	Yansen Collection
57.	Irfan Collection
58.	Parasaan Collection
59.	Imanuel Collection
60.	Shaliha Collection
61.	Tativenska Collection
62.	Toko Rizki Baru Collection
63.	Ida Collection
64.	Kasafa Collection
65.	Sola Gracia New Collection
66.	Agus Fashion Collection
67.	Qisyah Collection
68.	PG. Collection
69.	Bang Iwan Collection dan Tailor Shop
70.	Reihan Collection
71.	Hernandes Collection
72.	Shifa Collection
73.	Mariani Collection
74.	Kenzo Collection
75.	Nababan Collection
76.	Ravel Collection
77.	Murniarti Collection
78.	Rizky Collection
79.	Grosir Legging Murah Depok
80.	Erlangga Konveksi
81.	Ananda Collection

82.	R & K Jaya Collection
83.	Posma Collection
84.	Tiara Collection
85.	Rio Collection
86.	Imanuel Collection II

87.	Rahmat Collection
88.	A.Z Jaya Collection
89.	Dheainu Konveksi
90.	Indah Collection

Sumber: data diolah peneliti

Perusahaan yang bergerak di bidang industri kecil berusaha memaksimalkan pendapatan usaha yang diperoleh dengan menggunakan biaya yang seminimal mungkin guna kelangsungan perusahaan. Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan memperoleh keuntungan, dimana keuntungan tersebut digunakan untuk mengembangkan perusahaan.

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah. Beberapa masalah umum yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan modal, kesulitan bahan baku dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik, keterbatasan sarana transportasi, lokasi usaha yang kurang strategis dan sulit dijangkau, sumber daya manusia yang dengan kualitas baik, informasi pasar dan kesulitan pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk, atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi atau wilayah, sektor atau antar subsektor, antar jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan yang sama (Tulus T.H Tambunan, 2005). Permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu (Musa Hubeis, 2009):

1) Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM tidak melakukan perbaikan yang

cukup di semua aspek yang terkait pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

2) Keterbatasan Finansial

Pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, organisasi bisnis, akuntansi data, teknik pemasaran dan lain sebagainya. Semua keahlian sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

4) Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi UMKM di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha

yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.

5) Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan tempat usaha. Letak lokasi usaha yang strategis akan mudah dijangkau para pembeli dari berbagai arah. Namun pada saat ini para pelaku usaha kurang memperhatikan lokasi usaha mereka. Sehingga lokasi usaha yang kurang strategis mengalami sepi pengunjung.

Berdasarkan permasalahan UMKM yang telah dibahas diatas dapat diketahui bahwa dalam mengembangkan usaha tidaklah mudah karena adanya masalah yang masih krusial yang dihadapi oleh usaha kecil. Salah satunya adalah masih rendahnya permodalan. Industri kecil biasanya berkembang dari usaha kecil-kecilan, oleh karena itu bermodal dana yang sedikit dari pemiliknya. Industri kecil mengalami kesulitan penambahan modal, karena untuk memperoleh bantuan dana dari perbankan pemilik perusahaan harus menyiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan dan masih dipandang terlalu rumit. Industri kecil kurang mampu membina hubungan dengan perbankan, kemampuan memperoleh pinjaman dana masih relatif rendah karena kurang paham menyediakan jaminan, memiliki sistem administrasi yang kurang memenuhi standar, kurang pengetahuan dalam menyusun proposal kredit, dan lain-lain.

Berbagai kendala lainnya yang masih sering ditemui pada usaha kecil adalah masih rendahnya kualitas tenaga kerja. Tenaga kerja berperan penting

dalam mendorong perkembangan usaha. Hal yang harus dimiliki oleh seorang tenaga kerja yaitu *skill*, karena hal itu merupakan sebuah modal yang harus dimiliki agar dapat menjadi seorang tenaga kerja yang produktif. Ukuran tingkat produktivitas bisa diketahui dari lamanya tenaga kerja tersebut bekerja dan pengalaman. Misalnya, seorang tenaga kerja yang bekerja selama lima tahun akan lebih berpengalaman dibandingkan dengan yang bekerja selama dua tahun.

Masalah pemasaran cukup menghambat upaya industri kecil untuk meningkatkan pendapatan usaha. Industri kecil kurang membina hubungan usaha dan kerjasama usaha baik dengan industri kecil lainnya maupun dengan para distributor, para agen, pedagang besar, maupun eksportir dan importir. Pemasaran biasanya dilakukan langsung kepada konsumen, sehingga industri kecil dituntut untuk menjual barang dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. Padahal, apabila industri kecil mampu mengembangkan pemasaran melalui distributor yang mampu membeli barang dengan jumlah yang banyak tentu akan membuat industri kecil tersebut semakin berkembang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, timbul pertanyaan untuk melakukan penelitian, “faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok?”. Dengan demikian pertanyaan yang timbul tersebut harus dibuktikan secara empiris. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Wisata Belanja Bulak Timur Depok”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh permodalan terhadap perkembangan usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok?
2. Apakah terdapat pengaruh tenaga kerja terhadap perkembangan usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok?
3. Apakah terdapat pengaruh pemasaran terhadap perkembangan usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok?
4. Apakah terdapat pengaruh permodalan, tenaga kerja, dan pemasaran terhadap perkembangan usaha di Wisata Belanja Bulak Timur Depok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan data dan fakta yang valid serta dapat dipercaya mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Wisata Belanja Bulak Timur Depok”.

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini dilaksanakan dengan harapan agar dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik secara teoritis dan praktis, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi yang akan memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha pada sektor UMKM di Wisata Belanja Bulak Timur Depok. Dan dapat dijadikan referensi guna mengembangkan wawasan berpikir khususnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha.

2. Praktis

- a. Bagi peneliti. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan terhadap perkembangan ilmu ekonomi. Khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha pada sektor UMKM.
- b. Bagi pelaku usaha. Diharapkan dapat memberikan acuan dalam mendobrak daya yang dimiliki demi tercapainya perkembangan usaha yang signifikan.
- c. Bagi tempat peneliti. Diharapkan dapat menjadi acuan sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya dan referensi tambahan bagi peneliti sebelumnya.

- d. Bagi Pemerintah. Diharapkan dapat dijadikan salah satu dasar pengambilan kebijakan dan peraturan yang lebih mendukung perkembangan usaha di Kota Depok, khususnya di wilayah Wisata Belanja Bulak Timur Depok.

