

## **BAB II**

### **PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA**

#### **A. Sejarah Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang berperan besar dalam menganeekaragamkan produk-produk ekspor Indonesia dan menjadi andalan dalam perolehan devisa. Dalam sejarahnya, sepanjang pemerintahan orde baru, UMKM sangat dikesampingkan keberadaannya. Berbeda dengan usaha besar yang selalu diberikan keleluasaan dalam berbagai hal. Namun UMKM justru dapat bertahan dalam menghadapi kebijakan-kebijakan tersebut. UMKM sangatlah penting keberadaannya di Indonesia karena selain dapat menambah pendapatan UMKM juga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Selain itu, melihat kenyataan bahwa sebagian besar dari jumlah UMKM di Indonesia terdapat di pedesaan, kelompok usaha tersebut sangat diharapkan sebagai motor utama penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi pedesaan, yang berarti juga mengurangi kesenjangan pembangunan antara perkotaan dan pedesaan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.academia.edu> diakses pada hari Kamis, 24 Oktober 2019, pada pukul 18.46 WIB.

Data yang dihimpun dari kementerian koperasi dan UMKM adalah sebagai berikut:

Tahun 2009 jumlah UMKM 52.764.750 unit dengan pangsa 99,99%

Tahun 2010 jumlah UMKM 54.114.821 unit dengan pangsa 100,53%

Tahun 2011 jumlah UMKM 55.206.444 unit dengan pangsa 99,99%

Tahun 2012 jumlah UMKM 56.534.592 unit dengan pangsa 99,99%

Tahun 2013 jumlah UMKM 57.895.721 unit dengan pangsa 99,99%

Pada Tahun 2014-2016 jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit dan pada tahun 2017 jumlah UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit. Dan pada Tahun 2016, Presiden RI menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global. Pada November 2016 Presiden Joko Widodo (Jokowi) menerima para pelaku UMKM di Istana Merdeka untuk dimintai pendapatnya. Jokowi sangat berharap pelaku UMKM menjadi garda terdepan dalam membangun ekonomi rakyat.

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena

itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan.

Perkembangan potensi UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam penyaluran kredit kepada pelaku UMKM. Menurut data Bank Indonesia, setiap tahunnya kredit kepada pelaku UMKM mengalami pertumbuhan. Walaupun pada 2015, sekitar 60%-70% dari seluruh sektor UMKM belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan. Bank Indonesia telah mengeluarkan ketentuan yang mewajibkan kepada perbankan untuk mengalokasikan kredit/pembiayaan kepada UMKM mulai Tahun 2015 sebesar 5%, 2016 sebesar 10%, 2017 sebesar 15%, dan pada akhir Tahun 2018 sebesar 20%.<sup>2</sup>

UMKM juga telah diatur secara hukum melalui Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menentukan, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berasaskan:<sup>3</sup>

- a. Kekeluargaan
- b. Demokrasi ekonomi
- c. Kebersamaan

---

<sup>2</sup> <https://www.jurnal.id> diakses pada hari Kamis, 24 Oktober 2019, pada pukul 20.53 WIB.

<sup>3</sup> Suhardi, dkk. ., *Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. . ., h. 25-27.

- d. Efisiensi berkeadilan
- e. Berkelanjutan
- f. Berwawasan lingkungan
- g. Kemandirian
- h. Keseimbangan kemajuan, dan
- i. Kesatuan ekonomi nasional.

## **B. Jenis-Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Terdapat berbagai macam jenis UMKM di Indonesia yang secara garis besar dapat dikelompokkan dalam 4 (empat) kelompok, sebagai berikut:

### **a. Usaha Perdagangan**

Keagenan : agen koran/majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain

Pengecer : minyak, kebutuhan pokok, buah-buahan, dan lain-lain

Ekspor/Impor : produk lokal dan internasional

Sektor informal : pengumpul barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain

### **b. Usaha Pertanian**

Perkebunan : pembibitan dan kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain

Peternakan : ternak ayam petelur, susu sapi, dan lain-lain

Perikanan : darat/laut seperti tambak udang, kolam ikan, dan lain-lain

c. Usaha Industri

Industri makanan/minuman; Pertambangan; Pengrajin; Konveksi; dan lain-lain

d. Usaha Jasa

Jasa konsultan; Perbengkelan; Restoran; Jasa Konstruksi; Jasa Transportasi; Jasa Telekomunikasi; Jasa Pendidikan; dan lain-lain.<sup>4</sup>

### C. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan:

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Penjelasan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 ini menyatakan, Ayat (1) Huruf a. Yang dimaksud dengan “kekayaan bersih” adalah

---

<sup>4</sup> Augustin Rina Herawati, *Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Usaha Besar Dengan Pemodelan Systems Archetype* Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Administrasi Program Pasca Sarjana Jakarta, 2011, diakses pada hari Jum'at, 25 Oktober 2019, pukul 07.27 WIB.

hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (aset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Huruf *b*. Yang dimaksud dengan “hasil penjualan tahunan” adalah hasil penjualan bersih (netto) yang berasal dari penjualan barang dan jasa usahanya dalam satu tahun buku.

(2) Kriteria usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai

dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

- (4) Kriteria sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) huruf *a*, huruf *b*, dan ayat (2) huruf *a*, huruf *b*, serta ayat (3) huruf *a*, huruf *b* nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan peraturan presiden.<sup>5</sup>

#### **D. Sejarah Berdirinya Mitra Muslim Mart**

Sejarah Berdirinya MM-Mart (Mitra Muslim) Pasca Aksi Super Damai 212 di Jakarta pada bulan Desember 2016 lalu melahirkan kepedulian umat Islam untuk membangun ekonomi umat. Selain 212 Mart yang diprakarsai koperasi syariah 212 bermunculan juga mini market yang sejenis. Salah satunya adalah MM-Mart (Mitra Muslim) yang diresmikan di Kelurahan Cipocok, Cijawa, Serang Banten, satu bulan Pasca Aksi Super Damai. Pertumbuhan gerai-gerai pasar swalayan di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Pasar swalayan raksasa dari luar negeri pun mulai bermunculan dan saat ini mereka mulai masuk ke berbagai kota-kota besar di Indonesia.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Suhardi, dkk. ., *Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: PT Akademia, 2012), h. 71-72.

<sup>6</sup> Andi Iman Rahman, *Wawancara dengan Pengelola Toko MM-Mart (Mitra Muslim)*, pada hari Senin, 5 November 2018, pukul 10:35 WIB.

Perkembangan tersebut tidak bisa dilepas dari besarnya potensi pasar Indonesia yang 80% beragama Islam. Maka gagasan tentang perlunya pendirian gerai swalayan syariah merupakan sebuah kebutuhan agar potensi pasar ini tidak melulu dimanfaatkan oleh “orang asing dan lain-lain”.

Secara normatif, umat Islam membutuhkan jaminan ketersediaan produk-produk halal. Di sisi lain, kebutuhan dan perlunya sebuah model gerai swalayan syariah perlu dijawab agar implementasi nilai-nilai syariah dalam distribusi produk dan pelayanan kepada kaum muslimin dapat lebih berkembang.

Orientasi untuk wilayah Indonesia menjadi wilayah yang religius, nampaknya membutuhkan sebuah model mini market syariah yang dikelola secara profesional dan memberikan manfaat yang luas kepada umat. Pimpinan MM-Mart (Mitra Muslim) Cabang Serang adalah Bapak Iman dan beliau menegaskan bahwa untuk produk muslim yang memang kita harus mempunyai produk muslim.<sup>7</sup>

Awal Mula Berdirinya Mitra Muslim Mart

1. Pada bulan Februari 2017

---

<sup>7</sup> Jajang Setiawan, *Pengaruh Pelayanan MM Mart (Mitra Muslim) Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi Di MM-Mart Kelurahan Cipocok Kecamatan Serang, Jalan Ciwaru), diakses pada hari Rabu, 9 September 2018, pukul 9:58 WIB.



Adanya semangat untuk meningkatkan ekonomi umat, maka didirikan Koperasi Umat Super Damai, beranggotakan orang-orang yang memiliki kepedulian yang sama atas kemajuan ekonomi Islam

2. Pada bulan Maret 2017

Ide unit usaha retail dirumuskan, maka dipilih Minimarket sebagai unit bisnis pertama yang dianggap memiliki dampak langsung terhadap kegiatan ekonomi umat dengan cakupan yang luas

3. Pada bulan Mei 2017

Pembukaan Retail pertama bernama MM Mart di Jl. Ciwaru Serang

4. Selanjutnya pada bulan Januari 2019 sampai sekarang

Mendapatkan kepercayaan untuk membuka cabang dan mengelola Mini Market Aisyiyah dalam satu manajemen MM Mart yang berlokasi di Jl. Ciracas.<sup>8</sup>

### Kebutuhan Awal Mitra Muslim Mart

1. Kekuatan

---

<sup>8</sup> Andi Iman Rahman, *Wawancara dengan Pengelola Toko MM-Mart (Mitra Muslim)*, pada hari Sabtu, 20 April 2019, pukul 8:53 WIB.

Berdirinya minimarket syariah agar mendapatkan dukungan yang luas, baik dari jajaran pemerintah, swasta maupun umat Islam pada umumnya. Adanya dukungan dari masyarakat dan jamaah yang peduli dengan syariah. Adanya pengusaha muslim dan investor yang bersedia mendukung program.

## 2. Kelemahan

Belum terbentuknya jaringan suolier muslim yang bisa memback. Belum adanya model dan pengalaman.

## 3. Kesempatan

Menjadi model minimarket syariah yang tersebar diseluruh indonesia. Menjadi pusat pembelanjaan dan distribusi produk halal tersebsar. Pengembangan model waralaba syariah.

### Aspek Bisnis Mitra Muslim Mart

#### 1. Aspek Pasar

Berdasarkan jumlah penduduk muslim yang begitu besar menjadi market share yang sangat potensial. Asumsi yang dipakai<sup>9</sup>: Warga muslim yang peduli dengan produk halal dan ini disebut sebagai pasar potensial (*potencial market*).

---

<sup>9</sup> [www.swamedium.com](http://www.swamedium.com), Berdayakan UMKM Muslim Mart, diakses pada hari Rabu, 5 September 2018, pukul 10.25 WIB.

Warga muslim yang diharapkan langsung memberikan respon positif terhadap atribut bisnis. Ini disebut sebagai pasar yang bisa dijanjikan atau dilayani (*direct market*).

Warga muslim yang memiliki komitmen syariah tinggi, sangat selektif terhadap produk syariah dan dipastikan menjadi pelanggan tetap. Ini disebut sebagai pasar loyal (*loyal market*).

2. Aspek Pemesanan Produk Strategic, yaitu:

Minimarket syariah ini merupakan produk strategis dan model yang pertama di Indonesia. Pendiriannya didukung oleh pimpinan pengusaha muslim dan komunitas masyarakat ekonomi syariah yang nantinya akan melibatkan dukungan yang lebih jelas. Pemberian kartu dhuafa: tingginya angka kemiskinan menjadi perhatian khusus untuk meningkatkan daya beli.

Produk halal : produk yang dipasang benar-benar diseleksi kehalalannya.

Harga kompetitif : harga terjangkau 10% setelah dipotong pajak dan zakat sesuai syariat islam Mengusulkan rencana lokasi kepada manajemen untuk diberikan penilaian dan persetujuan.

## **E. Visi dan Misi Mitra Muslim Mart**

Visi

Menjadikan minimarket MM-Mart (Mitra Muslim) sebagai bisnis bersama umat Islam dan memajukan ekonomi umat Islam dengan cara mengedepankan muamallah Rasulullah dan para sahabat.

Untuk mencapai Visi diatas, Mitra Muslim Mart telah melakukan

1. Pembukaan dan kejasama Gerai
2. Membuka gerai-gerai muslim untuk menjadi showcase bagi UMKM muslim
3. Membuka peluang bagi umat muslim untuk bersama-sama berinvestasi syariah<sup>10</sup>

Sedangkan Misi Mitra Muslim Mart ini antara lain<sup>11</sup>:

1. MM-Mart (Mitra Muslim) adalah usaha yang dibangun bersama gotong royong, dari masyarakat, oleh masyarakat, untuk masyarakat, untuk kesejahteraan umat Islam Indonesia.
2. Memasyarakatkan sistem pengelolaan dan manajemen minimarket syariah.
3. Memberikan pendampingan, pelatihan dan konsultasi kepada para pengusaha baru dan binaannya dibidang pengelolaan minimarket yang sesuai dengan syariah.

---

<sup>10</sup> Andi Iman Rahman, *Wawancara dengan Pengelola Toko MM-Mart (Mitra Muslim)*, pada hari Sabtu, 20 April 2019, pukul 8:53 WIB.

<sup>11</sup> *Buku Pedoman Kerja*, Serang: Mitra Muslim Mart, 2017, h. 21.

4. Melakukan survey, analisa dan memberikan rekomendasi terhadap kelayakan pendirian minimarket yang berprinsip syariah.
5. Meningkatkan skill para pengusaha muslim agar menguasai teknis dan memiliki pengetahuan mendalam dibidang pengelolaan minimarket dengan prinsip syariah.
6. Meningkatkan produktivitas minimarket berprinsip syariah agar tumbuh berkembang menjadi besar dan menguasai pasar global.

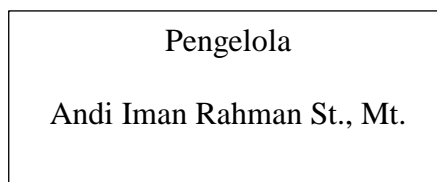
#### **F. Letak Geografis Mitra Muslim Mart**

Tempat penelitian adalah MM-Mart (Mitra Muslim) yang beralamat di Jl. Kelurahan Cipocok Kecamatan Serang, Jalan Ciwaru Serang – Banten.

#### **G. Struktur Organisasi Mitra Muslim Mart**

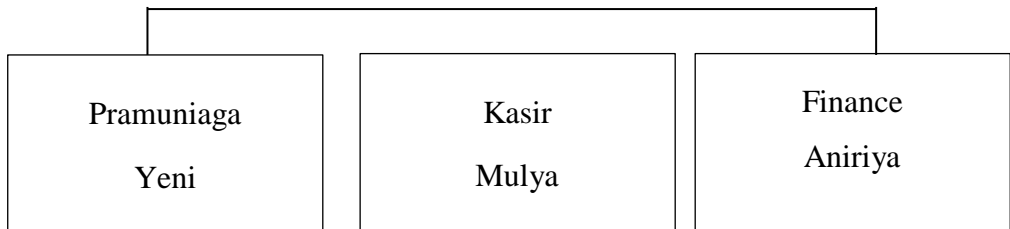
Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan.

Struktur Organisasi Mitra Muslim Mart sebagai berikut:<sup>12</sup>




---

<sup>12</sup> Andi Iman Rahman, *Wawancara dengan Pengelola Toko MM-Mart (Mitra Muslim)*, pada hari Sabtu, 25 April 2019, pukul 16.25 WIB.



Adapun tugas dan wewenang dari bagian struktur organisasi pada Mitra Muslim Mart adalah sebagai berikut:

1. Pengelola
  - a. Pengelola bertanggung jawab penuh dalam menjalankan kegiatan usaha.
  - b. Mengambil semua tindakan yang diperlukan agar kegiatan usaha berjalan lancar.
2. Pramuniaga
  - a. Membantu pengelola toko dan supervisor dalam mengelola barang dagangan di area penjualan.
  - b. Mengusulkan pembaharuan sistem kerja, penataan dan pemajangan barang yang siap dijual.
  - c. Meminta fasilitas yang dapat memperlancar pekerjaan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.
  - d. Meminta nasehat, petunjuk dan bimbingan dari atasan dan atau rekan kerja.
3. Kasir

- a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
  - b. Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
  - c. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk.
  - d. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.
  - e. Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
  - f. Melakukan pengecekan atas stok bulanan.
4. Finance
- a. Melakukan penyusunan keuangan perusahaan.
  - b. Melakukan penginputan semua transaksi keuangan kedalam program
  - c. Melakukan pembayaran pada supplier
  - d. Mengontrol kesibukan keuangan/transaksi keuangan perusahaan
  - e. Menerima dokumen dari vendor internal ataupun eksternal
  - f. Membuat laporan manajemen pada induk perusahaan
  - g. Melakukan rekonsiliasi dengan unit lain.
  - h. Dan lain-lain.