

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi begitu penting dan sangat diperlukan oleh suatu negara, dengan terlaksanakannya proses peningkatan pertumbuhan ekonomi didalam sebuah negara, sehingga dapat menunjukkan kesejahteraan masyarakat yang tercermin pada kenaikan pendapatan perkapita disertai dengan semakin tingginya minat serta daya masyarakat. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi perkembangan ekonomi yang tinggi, dan mulai diperhatikan dunia internasional. Melalui pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik. Pertumbuhan ekonomi dapat kita nilai dengan berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Perekembangan suatu usaha ditentukan berdasarkan kemampuan merencanakan dan melaksanakan sebuah strategi, karena strategi menuntut pemilik usaha untuk berpikir dalam jangka panjang dan memperbaiki semua pelaksanaannya secara lebih sering. Strategi dalam sebuah pelaksanaan usaha dapat meningkatkan kesadaran pengusaha tentang tujuan apa yang akan dicapai dalam sebuah usaha, menjaga ritmenya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif (Susanto, 2014). Pengembangan dalam sebuah usaha dapat diartikan sebagai upayaguna meningkatkan kemampuan secara konsep, teori, teknis, dan moral setiap individu sesuai kebutuhan pekerjaan serta jabatan melalui pendidikan dan pelatihan yang berkala. (Alyas dan Muhammad Rakib, 2017)

Usaha Mikro atau Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi yang besar di Indonesia. Selain itu, kelebihan dari kelompok usaha ini adalah sudah terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan

undang-undang. UMKM memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu: Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

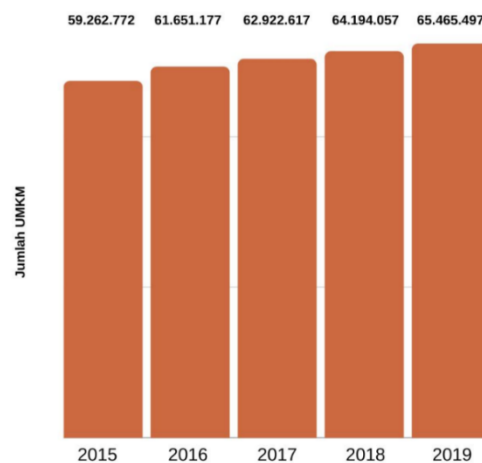
Meskipun dari sisi skala bisnis yang ditargetkan oleh bisnis UMKM masih relatif tidak sebesar perusahaan dengan skala besar, namun masih banyak orang yang nyaman melakukan bisnis dalam skala ini karena keunggulan yang ditawarkan pada bisnis usaha mikro dan kecil menengah serta keunggulan tersebut sulit didapatkan pada skala bisnis yang lebih besar.

Pengembangan usaha mikro sebagai dasar ekonomi kerakyatan merupakan tahap pelaksanaan sebuah strategi yang harus ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah disebutkan dalam pasal 3 bahwa; “usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi usaha baik mikro maupun makro, telah membantu berjalannya perekonomian serta merealisasikan kemandirian masyarakat. Dalam Undang-Undang tersebut dapat diketahui bahwa UMKM termasuk dalam dunia usaha nasional yang diakui oleh negara dan mempunyai kedudukan penting dalam menumbuhkan perekonomian negara. Selain itu, keberadaan UMKM juga diartikan sebagai salah satu peran yang dapat mewujudkan tujuan pembangunan nasional karena potensi dan posisinya yang strategis. UMKM adalah salah satu usaha yang bisa dilakukan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Karenanya, UMKM menjadi instrument yang sangat penting dalam memajukan bangsa. (Emaridial Ulza dan Ferdiansyah Ferdiansyah, 2018)

Unit usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi

pengangguran. Berdasarkan *ASEAN investment report* tahun 2022, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak diantara negara ASEAN lainnya yakni sekitar 65,46 juta unit yang tercatat pada tahun 2021 (ASEAN, 2022).

Indonesia termasuk salah satu negara berkembang yang memiliki kekuatan perekonomian yang berasal dari para pelaku UMKM yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Hal ini dibuktikan bahwa jumlah unit usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) mendekati angka 99,98% dari total unit usaha di Indonesia dengan kontribusi sebesar 56% dari total PDB di Indonesia.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan UMKM dari tahun 2015-2019

Sumber : kementerian koperasi dan UKM RI tahun 2020

Berdasarkan data jumlah UMKM yang dikeluarkan oleh Badan Kementrian Koperasi dan UKM, total UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Ditahun 2015 mencatat total UMKM berjumlah 59,26 juta unit sampai pada tahun 2019 terus mengalami kenaikan sebanyak 1,98% dari tahun sebelumnya sehingga total menjadi 65,47 juta unit (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan pola yang baik namun jumlah UMKM yang tertera pada data tersebut merupakan estimasi, jadi tidak mencerminkan jumlah UMKM yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan jumlah UMKM sangatlah banyak dan sebagian besar belum melakukan registrasi usaha sehingga sulit untuk didata.

Kabupaten Cirebon merupakan salah satu daerah di Jawa barat yang memiliki potensi UMKM tinggi yang ditunjukkan dengan banyaknya jenis UMKM unggulan seperti; Makanan olahan, Perdagangan batik, rotan, produk olahan perikanan, produk olahan pertanian, Selain usaha perdagangan banyak juga bermunculan usaha jasa.

Jumlah UMKM yang terbesar diwilayah Kabupaten Cirebon pada tahun 2018 sebanyak 31.034 unit. Berdasarkan jenis industrinya terlihat bahwa sebagian besar merupakan industri makanan yaitu sebanyak 18.161 unit, perdagangan sebanyak 10.401 unit, industri jasa sebanyak 1.378 unit, dan industri konfeksi sebanyak 856 unit. Sementara industri lainnya berada dibawah 100 unit (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Cirebon, 2018). Perkembangan UMKM di Kabupaten Cirebon setiap tahunnya mengalami peningkatan. Meskipun pertumbuhan UMKM di Kabupaten Cirebon memiliki perkembangan dari tahun ke tahun, akan tetapi masih menyisakan banyak permasalahan. Permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM, yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM (Hafiluddin et al., 2014), UMKM yang belum memiliki badan hukum secara kuantitas masih banyak, kurangnya inovasi produk, rendahnya akses permodalan, dan rendahnya tenaga pendampingan di lapangan. Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran semua pihak untuk mengembangkan UMKM di Kabupaten Cirebon agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

UMKM pepes tahu merupakan salah satu jenis usaha mikro kecil menengah yang berperan penting dalam pelestarian kuliner tradisional dan pengembangan ekonomi lokal, terutama di daerah-daerah yang memiliki kekayaan bahan baku tahu. Produk pepes tahu tidak hanya memiliki potensi cita rasa khas yang diminati masyarakat, tetapi juga mampu membuka peluang usaha bagi pelaku UMKM dengan daya serap tenaga kerja yang cukup besar.

Pengembangan UMKM pepes tahu sangat berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar, karena selain menjadi sumber pendapatan keluarga pelaku usaha, usaha ini juga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat melalui

pemanfaatan sumber daya lokal. Hal ini relevan mengingat kondisi ketenagakerjaan dan pengangguran yang masih menjadi tantangan di beberapa wilayah.

Strategi pengembangan UMKM pepes tahu diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha melalui inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, termasuk digitalisasi pemasaran. Pendekatan strategis ini akan berdampak positif tidak hanya pada peningkatan mutu dan kuantitas produksi, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang bergantung pada usaha tersebut.

Disisi lain salah satu UMKM di Cipeujeuh Wetan, bernama UMKM Pepes Tahu mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan produknya pada beberapa dekade terakhir. Hal tersebut dibutuhkan melalui pra-survey peneliti yang dilakukan pada Oktober 2025.

Sekitar 70% masyarakat desa ini terlibat dalam industri kecil produksi tahu, mulai dari pengolahan, perdagangan hingga bekerja di tempat produksi tahu. Usaha tahu ini merupakan usaha turun-temurun yang diwariskan dan terus dikembangkan oleh keluarga di desa. Seiring waktu, masyarakat tidak hanya memproduksi tahu mentah, tetapi juga mengolahnya menjadi produk siap konsumsi seperti intip tahu atau pepes tahu yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Inovasi produk ini menjadi kebutuhan penting agar usaha bisa bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Selain itu, usaha tahu di Desa Cipeujeuh Wetan adalah salah satu pilar ekonomi yang membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang. Dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, pemuda, dan masyarakat juga sangat penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan menjadi produk sebagai daya tarik wisata gastronomi lokal.

Meskipun usaha pepes tahu di desa Cipeujeuh Wetan terhitung usaha kecil dan menengah, namun usaha tersebut mampu berkembang menjadi usaha yang lebih baik dibuktikan dengan adanya pertumbuhan yang cukup stabil. Oleh karenanya perlu diketahui adanya strategi-strategi apa yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha tersebut. Dari uraian latar belakang tersebut,

peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM PEPES TAHU TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI CIPEUJEUH WETAN KECAMATAN LEMAHABANG KABUPATEN CIREBON**”.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis dapat mengidentifikasi masalah yang ada. Adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Masalah umum seperti kualitas produk dapat menghambat dan menjadi kendala dalam pengembangan UMKM, hal ini menjadi masalah khusus yang perlu di perhatikan agar mampu bersaing dalam pasar.
- b. Kesulitan dalam memasarkan produk, baik secara online maupun offline. Jangkauan pasar yang terbatas, persaingan yang ketat, dan kurangnya inovasi dalam promosi. Hal ini perlu di perhatikan agar UMKM tetap berkembang.
- c. Salah satu masalah yang perlu diperhatikan oleh UMKM adalah mengenai strategi pengembangan produknya. Strategi pengembangan yang baik dapat meningkatkan penjualan.

2. Batasan Masalah

Untuk mencegah pelebaran pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memfokuskan beberapa hal yang di jadikan objek penelitian yang mengacu pada latar belakang, sehingga penelitian ini dilakukan dengan tertib. Penelitian ini akan membatasi diri pada strategi yang dilakukan untuk melakukan pengembangan produk UMKM berupa pepes tahu khususnya di Cipeujeuh Wetan Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon. Batasan masalah juga akan mencakup terkait produksi yang di terapkan UMKM untuk mengembangkan strategi pengembangan.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana faktor internal dan eksternal pada UMKM Pepes Tahu di Cipeujeuh Wetan melalui analisis IFAS dan EFAS?
- b. Bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh pelaku UMKM pepes tahu terhadap kesejahteraan masyarakat di Cipeujeuh Wetan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal pada UMKM pepes tahu di Cipeujeuh Wetan
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat pada pelaku UMKM pepes tahu terhadap kesejahteraan masyarakat di Cipeujeuh Wetan

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai strategi pengembangan UMKM pepes tahu terhadap kesejahteraan masyarakat di Cipeujeuh Wetan Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan acuan dan pembandingan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi pelaku UMKM

Pengembangan Strategi yang Tepat: Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi bisnis yang

lebih efektif, seperti strategi pemasaran, pengembangan produk, dan produksi.

2) Bagi Konsumen

Ketersediaan Produk yang Lebih Baik: Hasil penelitian dapat mendorong peningkatan kualitas dan variasi produk pepes tahu yang tersedia di pasaran.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk melatih kemampuan dalam menganalisis masalah dan menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai UMKM.

D. Penelitian Terdahulu

Menurut Randi (2018), penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian peneliti. Namun peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian ini.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dengan Analisis Swot	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian: Meningkatkan mutu dan kualitas knalpot untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan promosi dengan	Persamaannya, menggunakan analisis SWOT. Perbedaannya, penelitian terdahulu fokus pada produk manufaktur berbasis otomatis.

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Studi Kasus Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor. Tri Ayu Agustin (2020)	mengandalkan teknologi berupa e-commerce, melakukan pelatihan kepada para karyawan untuk menambah kreatifitas serta inovasi dalam membuat knalpot.	
2	Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu di Kota Bekasi Dengan Metode Analisis SWOT dan Business Model Canvas Caswito (2024)	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian: Meliputi tentang kekuatan pada kualitas produk tahu dan bahan baku lokal maupun interlokal yang baik. Kelemahan dalam mengelola manajemen operasional dan pemasaran yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Peluang strategis, seperti diversifikasi produk dan penetrasi pasar yang lebih luas, diidentifikasi sebagai	Persamaan, meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan sistematika perumusan strategi. lebih terukur dan dapat dievaluasi secara berkala.

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		langkah- langkah potensial untuk pertumbuhan bisnis.	
3	Strategi Pengembangan UMKM Industri Tahu di Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor (Studi Kasus di CV. Wahyu Utama). Syafitri & Fathin (2023)	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian: Perhitungan IFE didapatkan skor 3,08 yaitu faktor kekuatan dan kelemahan artinya kuat. Dari hasil perhitungan EFE didapatkan skor 2,48 yaitu faktor peluang dan ancaman berarti sedang. Pada hasil analisis IE menempati kuadran IV yang artinya strategi pengembangan CV. Wahyu Utama tumbuh dan berkembang.	Persamaan, meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi, memperkuat pemasaran. Perbedaannya, UMKM industri tahu lebih mengedepankan strategi berbasis analisis dan diversifikasi produk, sedangkan penelitian ini menonjolkan kreativitas produk dan pemasaran praktis sesuai kebutuhan pasar
4	Strategi Pengembangan UMKM Makanan dan Minuman di Kelurahan	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil Penelitian: memberikan landasan strategis untuk menjawab tantangan yang dihadapi	Persamaan meningkatkan daya saing, memperluas pasar, menjaga kualitas produk, dan memastikan keberlanjutan usaha.

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	<p>Tamansari Kota Bandung.</p> <p>Ahmad Kholik & Dewi Rahmi (2023)</p>	<p>pelaku ekonomi. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM sektor makanan dan minuman, mendukung pertumbuhan perekonomian daerah, dan memperkuat kontribusi sektor UMKM terhadap perekonomian nasional.</p>	<p>Perbedaannya, menggunakan pendekatan yang lebih sistematis dan terstruktur (misalnya analisis SWOT atau Business Model Canvas), sedangkan penelitian ini hanya menggunakan analisis SWOT saja.</p>
5	<p>Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. Pujiono (2018)</p>	<p>Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan data statistik nonparametrik, sehingga yang menjadi sampel adalah key persons sesuai tujuan penelitian.</p> <p>Hasil penelitian: meningkatkan peran fintech untuk pembiayaan dan sertifikasi produk UMKM halal beserta pemasarannya, meningkatkan branding produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, memperkuat kajian fikih untuk</p>	<p>Persamaan, meningkatkan daya saing usaha, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bertahan serta berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.</p> <p>Perbedaannya fokus pada sertifikasi halal, peningkatan kualitas, dan daya saing global, sedangkan penelitian ini lebih</p>

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		menghasilkan produk UMKM halal	sederhana, praktis, dan berfokus pada menjaga kualitas serta pemasaran lokal tanpa sertifikasi atau analisis formal.
6	Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. Mayasari (2019)	Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan pendekatan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel. Teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian: Permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Palopo yakni permasalahan pada permodalan.	Persamaan, peningkatan kualitas produk, efisiensi operasional, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan atau pengalaman langsung. Perbedaanya, menekankan inovasi, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi, sedangkan penelitian ini lebih sederhana, tradisional, dan mengandalkan pengalaman serta pemasaran langsung

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			tanpa inovasi atau teknologi modern.
7	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. Idayu (2021)	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian: permasalahan pada setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Nembol seperti: permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi.	Persamaanya, memperkuat ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Perbedaanya bersifat lebih menyeluruh dan terintegrasi, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada pengembangan usaha perorangan atau kelompok kecil dalam satu bidang produk.
8	Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. Ginting (2019)	Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi UMKM pangan, menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal dengan matriks IE, mencari perumusan strategi	Persamaannya, peningkatan kualitas produk, efisiensi produksi, serta pemenuhan kebutuhan konsumen

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		<p>UMKM pangan dengan metode SWOT dan QSPM. Hasil penelitian berdasarkan metode SWOT dan QSPM didapatkan berbagai macam alternatif strategi. Strategi III menjadi strategi yang paling sesuai dengan UMKM pangan Kota Bandung dengan nilai 6,433. Strategi III yaitu “meningkatkan kemampuan SDM, memanfaatkan asosiasi dan dukungan pemerintah untuk memperluas pasar produk”.</p>	<p>agar usaha dapat berkembang. Perbedaannya terletak pada tingkat sistematika dan cakupan strategi, di mana UMKM pangan berdaya saing menggunakan pendekatan terstruktur dan berbasis analisis, sedangkan penelitian ini mengandalkan pendekatan praktis dan adaptif sesuai dinamika pasar lokal.</p>
9	<p>Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Daerah Melalui Keunggulan Bersaing Menggunakan</p>	<p>Metode kualitatif yang bersifat deskriptif serta analisis SWOT & QSPM. Analisis menunjukkan skor IFAS sebesar 3,5937 dan skor EFAS sebesar 3,7133. Posisi UMKM Desa mengare berada pada kuadran 1. Hasil analisis</p>	<p>Persamaannya meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memanfaatkan potensi lokal untuk mengembangkan usaha.</p>

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Metode SWOT dan QSPM. Hm & Narto (2022)	menggunakan teknik QSPM diperoleh bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas adalah strategi pertama dengan nilai skor TAS sebesar 2,20270 yaitu Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing.	Perbedaanya menggunakan analisis yang sistematis dan terukur untuk menentukan langkah strategis, sedangkan penelitian ini lebih mengandalkan pengalaman dan penyesuaian langsung di lapangan.
10	Strategi Pengembangan Umkm Melalui Analisis Swot (Studi Pada Usaha Umkm Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan). Tarigan & Ompusungu (2023)	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian: kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternalnya mendapatkan hasil bahwa peluang lebih kecil dibandingkan dengan ancamanya.	Persamaan bertujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, menjaga kualitas produk, serta berupaya memenuhi kebutuhan pasar melalui inovasi dan efisiensi operasional. Perbedaanya bersifat lebih menyeluruh dan terintegrasi, sedangkan penelitian

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			ini lebih fokus pada pengembangan usaha perorangan atau kelompok kecil dalam satu bidang produk.

E. Kerangka Pemikiran

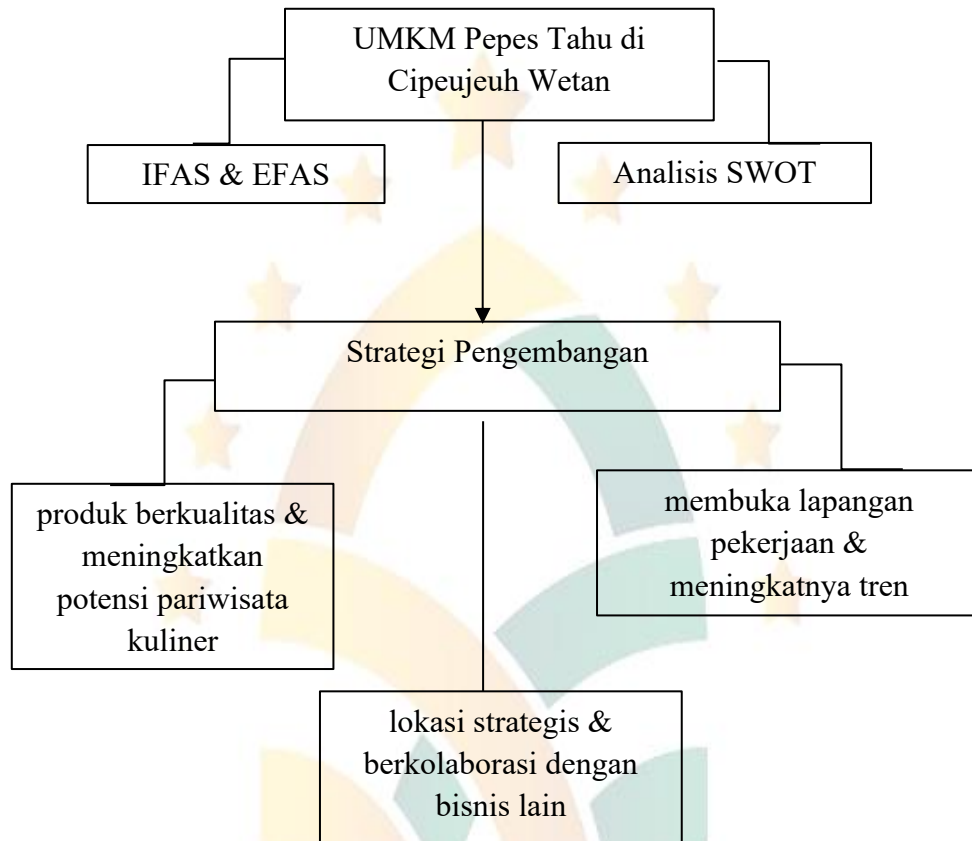
UMKM ini merupakan usaha mikro berbasis pengolahan limbah tahu menjadi produk kuliner khas yang memiliki potensi gastronomi tinggi, dengan struktur sederhana yang melibatkan pemilik sebagai pengelola utama, produksi, dan distribusi lokal untuk mendukung ekonomi masyarakat pedesaan.

Strategi pengembangan dirancang melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treats*). Sebagai alat bantu untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal dianalisis melalui matriks IFAS (*Internal Factor Evaluation Summary*), yang mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal dianalisis menggunakan EFAS (*External Factor Evalustion Summary*), yang mencakup peluang dan ancaman.

Penerapan strategi ini pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan omzet usaha signifikan akibat nilai jual lebih tinggi dan jangkauan pasar luas, pengurangan pengangguran dengan penciptaan lapangan kerja baru di produksi serta pemasaran, serta penyerap tenaga kerja lokal termasuk generasi muda yang memperkuat pendapatan rumah tangga untuk pendidikan dan kesehatan di Desa Cipeujeuh Wetan.

Untuk lebih memperjelas kerangka berpikir pada penelitian ini, maka penulis sajikan dalam bentuk gambar di bawah:

Gambar 1.2
Kerangka Berpikir



F. Metodologi Penelitian

Secara umum, metodologi penelitian diartikan sebagai proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Metodologi berisi tentang metode-metode ilmiah, langkahnya, jenis-jenisnya sampai kepada batas-batas dari metode ilmiah. Sedangkan penelitian merupakan suatu usaha untuk memperoleh ilmu pengetahuan melalui bukti-bukti fakta dengan tata cara kerja ilmiah tertentu yang kritis dan terkendali (Alfandi, 2001). Menurut Sugiyono (2017), yang dimaksud dengan metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

1. Metode dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif, karena bertujuan memahami fenomena secara mendalam, fleksibel dalam pengumpulan data. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018), metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yakni rasional, empiris, dan sistematis seperti yang telah ditelusuri dalam filsafat ilmu.

b. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (*Case Study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk tetap holistik dan signifikan. Menurut Arikunto (2013), metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti dalam dalam mengumpulkan data penelitian

2. Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), pengertian objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek penelitian merujuk pada fenomena, individu, kelompok, atau kondisi tertentu yang menjadi fokus dalam suatu studi ilmiah. Dalam konteks penelitian, objek ini dapat berupa berbagai hal, seperti perilaku manusia, proses sosial, atau bahkan aspek-aspek lingkungan. Pemilihan objek penelitian yang tepat sangat penting karena akan mempengaruhi hasil dan kesimpulan yang diambil.

Objek penelitian adalah fokus utama dari sebuah penelitian. Objek penelitian ini yaitu, “*Strategi Pengembangan UMKM Pepes Tahu Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Cipeujeuh Wetan Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon*”.

b. Subjek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2010), subjek penelitian adalah batasan penelitian di mana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variabel penelitian. Dalam pandangan Muhammad Idrus (2009), subjek penelitian mencakup individu, benda, atau organisme yang berfungsi sebagai sumber informasi yang diperlukan untuk memperoleh data.

Pemilihan subjek penelitian yang tepat sangat penting karena akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Selain itu, subjek penelitian juga harus memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan dapat digeneralisasi. Dengan memahami karakteristik dan konteks subjek penelitian, peneliti dapat merancang metodologi yang sesuai, sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di lapangan.

Subjek dalam penelitian ini yaitu informan yang akan memberikan informasi kepada peneliti. Untuk informan yang akan memberikan informasi yaitu pemilik usaha dan karyawan.

3. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016), pengertian data primer menurut Sugiyono adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Ada pula pendapat menurut

Sugiyono, sumber data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi kebutuhan data yang baik, peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data yakni metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi.

a. Metode Observasi

Salah satu metode yang bisa dipakai untuk memahami atau meneliti perilaku non verbal adalah dengan memanfaatkan observasi. Sugiyono (2018), menyatakan bahwa observasi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari teknik pengumpulan data lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu usaha mikro kecil dan menengah pedagang pepes tahu di Cipeujeuh Wetan Kec, Lemahabang Kab. Cirebon.

b. Metode Wawancara

Mc Millan dan Schumacher menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan serangkaian tanya jawab secara terbuka guna memperoleh data tentang maksud dari hati partisipan, bagaimana meeka menyatakan perasaannya ataupun menggambarkan tentang bagaimana dunia mereka (Djam'an Satori dan Aan Komariah, 2009)

Wawancara adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, dimana peneliti mendapatkan keterangan secara lisan dengan seorang narasumber dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan langsung dijawab oleh narasumber. Keuntungan wawancara adalah dimungkinkannya penggalan informasi secara mendalam sesuai yang dibutuhkan dari narasumber (Sonny 2004).

Peneliti melakukan wawancara secara terstruktur dengan menggunakan panduan wawancara yang sudah disusun untuk memperoleh informasi yang akurat di lapangan. Peneliti juga melakukan serangkaian penelitian serta tanya jawab yang mendalam dengan pedagang pepes tahu di Cipeujeuh Wetan secara langsung.

c. Metode Dokumentasi

Sugiyono (2018), menjelaskan bahwa dokumentasi merujuk pada metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berisi laporan dan keterangan yang relevan untuk mendukung suatu penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto-foto atau gambar-gambar, serta arsip lainnya mengenai serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti saat berada langsung dilapangan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data hasil penelitian selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu perusahaan. Analisis ini dilandaskan pada pemikiran (logika) yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treat*). kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunity*), kelemahan (*weakness*), ancaman (*treat*) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis mengenai kondisi yang ada saat ini. Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui tiga tahap analisis, yaitu:

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data adalah proses pemilahan dalam proses pemusatan perhatian, dalam proses menyederhanakan data, abstrak, transformasi data kasar yang diperoleh pada saat melakukan penelitian dilapangan. Proses reduksi data ini dilakukan selama terus menerus selama dilakukannya penelitian. Reduksi data terdiri atas meringkas data,

mengkode, menelusur tema, membuat gagasan berdasarkan dengan seleksi ketat yang berlandaskan dari data, rangkuman atau catatan singkat, terakhir adalah menggolongkan ke dalam pola yang lebih luas.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi atau data yang sudah dirangkum sebelumnya yang akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, serta merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Setelah melalui penyajian data, maka dapat terorganisasikan sehingga akan semakin mudah dipahami dan mudah dalam merumuskan strategi bagi UMKM dalam pengembangan usahanya (Sugiyono 2014).

c. Pengambilan kesimpulan dan verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut Sugiyono (2014), Kesimpulan ini akan diakui dengan bukti-bukti yang diperoleh ketika penelitian dilapangan. Dalam tahap ini pula, dilakukan penelaahan mendalam terhadap hasil analisis SWOT yang telah disusun. Peneliti mengonfirmasi bahwa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diidentifikasi benar-benar relevan dan akurat berdasarkan data yang diperoleh. Tujuannya adalah memastikan bahwa strategi yang dirumuskan dari matriks SWOT benar-benar selaras dengan kondisi aktual perusahaan.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENADULUAN

Bab ini memuat pendahulaun yang mencakup latar belakang masalah yang mendasari penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah yang akan menjawab melalui penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metodologi penelitian serta sistematika penulisan yang menjelaskan alur penulisan pada laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI PENGEMBANGAN UMKM PEPES TAHU

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan penulis ini. Menguraikan berbagai teori dan konsep yang relevan untuk mendasari pembahasan, yang mencakup faktor internal dan eksternal pada pelaku usaha pepes tahu melalui analisis SWOT kemudian mencakup juga teori mengenai Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM), strategi, pengembangan, kesejahteraan masyarakat. Setiap teori dijelaskan secara terperinci untuk memperkuat landasan teori penelitian.

BAB III GAMBARAN UMUM UMKM PEPES TAHU DI CIPEUJEUH WETAN

Bab ini berisi mengenai objek penelitian yang meliputi profil desa Cipeujeuh Wetan, pelaku UMKM pepes tahu di Cipeujeuh Wetan.

BAB IV HASIL STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM PEPES TAHU TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI CIPEUJEUH WETAN KECAMATAN EMABANG KABUPATEN CIREBON

Bab ini membahas tentang bagaimana faktor internal dan eksternal pada UMKM Pepes Tahu di Cipeujeuh Wetan melalui analisis IFAS dan EFAS. Bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh pelaku UMKM pepes tahu terhadap kesejahteraan masyarakat di Cipeujeuh Wetan?

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan saran dari hasil temuan.