

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Sarsa Rizky Prasetyo (2019), memimpin penelitian berjudul Pengaruh SDM, Permodalan dan Periklanan Terhadap Penyajian Jamu Gendong Usaha Kecil Menengah di Kota Wonolopo, Kawasan Mijen, Semarang. Alasan eksplorasi ini untuk mengetahui dan memaknai SDM pada presentasi UKM Gendong. Strategi pemeriksaan yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan hasil bahwa SDM secara signifikan mempengaruhi kinerja di perusahaan pengobatan rumahan berukuran kecil dan menengah.

Renda Debiyantina (2019), memimpin penelitian dengan judul Tata Cara Beriklan di Minimarket Chece, Peraturan Muko. Motivasi di balik penelitian ini adalah untuk menentukan prosedur periklanan di Minimarket Sebenarnya lihat Kab. Muko. Untuk mengetahui bagaimana sebenarnya prosedur promosi di Minimarket lihat Kab. Muko sejauh menyangkut Keuangan Islam, penelitian ini menggunakan strategi subyektif grafis dengan metode pemilihan informasi esensial dan informasi opsional. Metode investigasi informasi dengan model pemeriksaan miles dan kecerdasan manusia. Dari hasil pemeriksaan diketahui bahwa (1) Prosedur Promosi di Minimarket Kab. Muko menggunakan 4P advertising blend yaitu *item, cost, place, progress*. (2) *Islamic Monetary Investigation* metodologi promosi dilakukan di Cek Minimarket. Kab Muko.

Mega dita Pradana (2022), penelitian terarah dengan judul Analisis Kontekstual Metodologi Periklanan UMKM Bagi UMKM Pekerja Terampil Teh Secang di Kota Sidamulih. Motivasi di balik pemeriksaan ini adalah untuk mengetahui masalah atau hambatan apa yang dihadapi oleh UKM Teh Secang dan untuk mengetahui bagaimana metodologi perbaikan yang diterapkan pada UKM tersebut. Jenis pemeriksaan ini adalah penelitian lapangan, dengan eksplorasi ilmiah grafis. Sumber informasi yang digunakan adalah informasi esensial dan informasi tambahan. Dengan memanfaatkan teknik pemilahan informasi khususnya persepsi, rapat dan dokumentasi. Dilihat dari hasil kajian yang telah dilakukan, konsekuensi dari kajian tersebut menyatakan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi dilaksanakannya sistem pengembangan UMKM ahli teh Sappan di Kota Sidamulih adalah keterbatasan kapasitas SDM, kendala mekanis, asosiasi yang belum mengakar, modal yang terbatas, usaha rendah para eksekutif dan pengembangan yang tidak didukung oleh kemampuan SDM yang ada.

Muhammad Nizar (2018), menyutradarai penelitian berjudul Dampak SDM, Permodalan dan Periklanan Terhadap Penyajian Usaha Kecil Menengah Sari Apel di Kawasan Tukur. Metode pemilihan informasi dalam penelitian ini menggunakan jajak pendapat, rapat, dan persepsi. Kajian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya jumlah dan semakin ketatnya persaingan UKM, khususnya di bidang pembuatan jus apel. Di sekitar sini banyak pebisnis yang membuat atau memproduksi Apple Juice jadi lawan dalam menarik atau sangat dekat dengan pembeli.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Sebelumnya**

No.	Judul	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian	Kessamaan	Pembedaan
1.	Dampak Permodalan dan Pembinaan SDM terhadap Presentasi Usaha Kecil Menengah Sari Apel di Wilayah Tukur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendekatan <i>eksplanator</i> y hubungan antar satu variabel lainnya.</li> <li>• Menggunakan 35 responden.</li> </ul>	Variabel sumber daya manusia permodalan dan pemasaran menunjukan adanya pengaruh terhadap kinerja ukmsar apel d Kecamatan Tukur.	Varabel bebas SDM (X1) Pemasaran (X2) dan Permodalan (X3) Alat Penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji reliabilitas</li> <li>• Uji validitas</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Kinerja UMKM (Y) Alat Penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji korelasi</li> <li>• Uji probabilitas</li> </ul>
2.	Dampak Permodalan, Sifat SDM dan Kemajuan Terhadap Penguatan UMKM (Konsentrasi UMKM di Area Rambah)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prosedur penentuan contoh menggunakan metode pemeriksaan tidak terencana.</li> <li>• Memanfaatkan berbagai 65 responden.</li> </ul>	Sifat variabel SDM dan kemajuan berdampak pada penguatan umkm.	Variabel bebas Permodal (X1), SDM (X2), Promosi (X3) Alat Penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji validitas</li> <li>• Uji realibilitas</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Pemberdayaan UMKM (Y) Alat Penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji normalitas</li> <li>• Uji multikolinieritas</li> <li>• Uji heteroskedastisitas</li> </ul>
3.	Pengaruh Minimarket terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kota Parere	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik Kuantitatif</li> <li>• Menggunakan responden sejumlah 39 responden</li> </ul>	Variabel pengaruh minimarket memiliki pengaruh yang signifikan terhadap	Alat Penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji regresi linier sederhana</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel bebas yaitu Minimarket (X1) dan variabel terikat

			perkembangan usaha mikro		Perkembangan Usaha Mikro (Y)
4.	Pengaruh Modal Usaha, Sifat SDM, dan Prosedur Periklanan Terhadap Peningkatan UMKM di Kawasan Kota Kualasimpang, Rezim Aceh Tamiang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eksplorasi dan informasi kuantitatif yang jelas dikumpulkan melalui survei</li> <li>Memfaatkan berbagai 50 responden</li> </ul>	Faktor-faktor yang memengaruhi modal bisnis, sifat SDM, dan teknik promosi berdampak besar menuju perbaikan UMKM	<p>Variabel bebas Modal (X1), SDM (X2), dan Pemasaran (X3)</p> <p>Alat penelitian :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uji asumsi klasik</li> <li>Uji analisis regresi linear berganda</li> <li>Uji hipotesis</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM (Y)
5.	Penjaminan Modal Usaha SDM dan Iklan Terhadap Kemajuan UMKM Karung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wawancara, kuesioner, dan dokumentasi</li> <li>analisis statistik deskriptif</li> <li>analisis regresi linear berganda.</li> <li>Menggunakan responden sejumlah 40 responden</li> </ul>	Variabel determinasi sumber daya manusia, modal usaha dan pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perkembangan UMKM	<p>Variabel bebas SDM (X1), Modal (X2), dan Pemasaran (X3)</p> <p>Alat Peneliti :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>uji asumsi klasik</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM (Y)
6.	Pengaruh Elemen Interior Pada Pameran Miniatur Usaha Kecil Menengah (UMKM) Keripik Nanas di Kota Kuala Pinenas,	<ul style="list-style-type: none"> <li>Angket/kuesioner, wawancara dan dokumentasi.</li> <li>Peneliti menggunakan teknik</li> <li>Menggunakan sejumlah 11</li> </ul>	Variabel faktor-faktor internal mempunyai pengaruh yang tinggi pada UMKM	<p>Variabel bebas SDM (X1), Pemasaran (X4)</p> <p>Alat Peneliti :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uji reliabilitas</li> <li>Uji validitas</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel bebas Keuangan (X2), Teknis (X4), dan Variabel terikat Kinerja Usaha Mikro (Y)

	Kawasan Tambang Kampar	responden			
7.	Sistem Peningkatan Kinerja UMKM (Analisis Kontekstual pada UMKM Spesialis Teh Secang di Kota Sidamulih, Kabupaten Banyumas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observasi, wawancara dan dokumentasi.</li> <li>• Menggunakan responden sejumlah 50 responden</li> </ul>	Variabel Strategi Pengembangan pemasaran memiliki pengaruh terhadap UMKM	Variabel bebas Pemasaran (X1) Alat Peneliti : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji reliabilitas</li> <li>• Uji validitas</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Pengembangan UMKM (Y)
8.	Teknik Promosi di Mnimarket Chece, muko Regime tentang aspek Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi memukau subyektif dengan prosedur bermacam-macam informasi penting dan informasi opsional</li> <li>• Menggunakan responden sejumlah 43 responden</li> </ul>	Variabel pemasan di Mimimarket Chece memiliki pengaruh terhadap ekonomi islam	Variabel bebas Pemasaran (X1) Alat Peneliti : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji reliabilitas</li> <li>• Uji validitas</li> </ul>	Perbedaan terletak pada variabel terikat yaitu Ekonomi Islam (Y)
9.	Pengaruh Level Administrasi dan Pelaksanaan terhadap Pemenuhan Pembeli Minimarket 212 Sungai Kambang Kota Jambi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• teknik <i>Sampling Accidental</i></li> <li>• Menggunakan responden sejumlah 68 responden</li> </ul>	Variabel tingkat melayani dan performa memiliki pengaruh yang tinggi pada puasnya pelanggan	Variabel bebas Melayani (X1) dan Performa Bawahan (X2) Alat penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji T</li> <li>• Uji F</li> </ul>	Variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y)
10.	Dampak SDM, Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan metode kuantitatif</li> </ul>	Variabel sumber daya	Variabel bebas SDM (X1), Permodalan	Variabel terikat Kinerja

	dan Showcase Terhadap Pameran Usaha Kecil Menengah Jamu Gendong di Kota Wonolopo Kawasan Mijen Semarang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan responden sejumlah 33 responden</li> </ul>	manusia, permodalan dan pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM jamu gendong	(X2), dan Pemasaran (X3) Alat penelitian : <ul style="list-style-type: none"> <li>Uji T</li> <li>Uji F</li> </ul>	UMKM (Y)
--	---	---	--	--	----------

Sumber : Data Diolah Penulis Pada Tahun 2023

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Sumber Daya Manusia

SDM adalah hotspot untuk mencapai keunggulan mengingat kapasitas mereka untuk mengubah aset yang berbeda (uang tunai, mesin, teknik dan bahan) menjadi hasil (barang / administrasi). Pesaing mungkin meniru sumber lain seperti inovasi dan modal, tetapi bukan SDM khusus. Perwakilan memainkan peran penting dalam organisasi, khususnya sebagai sarjana, penyelenggara, dan pengatur kegiatan organisasi karena mereka memiliki kemampuan, energi dan imajinasi yang dibutuhkan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Snell dan Bohlander (2018: 4) berpendapat bahwa sumber daya manusia dewan adalah interaksi yang menggabungkan segala sesuatu yang berhubungan dengan asosiasi dan individu yang menjalankannya.

SDM (SDM) dalam organisasi harus diawasi secara ahli untuk menyelaraskan antara kebutuhan perwakilan dengan kebutuhan dan kemampuan asosiasi organisasi. Keseimbangan ini merupakan kunci utama

agar organisasi dapat tumbuh dengan baik dan normal. Dengan sumber daya manusia yang mahir dalam tindakan dewan, perwakilan seharusnya bekerja dengan baik. Administrasi perwakilan yang cakap harus dimulai dengan pendaftaran, pemilihan dan situasi pekerja yang ditunjukkan dengan peningkatan kapasitas dan profesi mereka (Mangkunegara, 2018: 32).

Kemampuan SDM dapat dipengaruhi oleh beberapa unsur, antara lain:

#### 1. Keyakinan dan nilai

Keyakinan individu tentang diri mereka sendiri serta orang lain akan sangat memengaruhi perilaku. Jika orang percaya bahwa mereka tidak imajinatif dan inventif, mereka tidak akan mencoba memikirkan pendekatan baru atau berbeda untuk menyelesaikan sesuatu. Untuk itu setiap orang hendaknya merenungkan dirinya sendiri, demikian pula terhadap orang lain dan menunjukkan kualitas individu yang berpikir jauh ke depan.

#### 2. Kemampuan

Dengan memperluas kemampuan, orang akan membangun kepercayaan mereka pada keterampilan.

#### 3. Pengalaman

Penguasaan dari sejumlah besar membutuhkan wawasan. Diantaranya pengalaman dalam mengawasi individu, menyampaikan sebelum rapat, menangani masalah, dll. Individu yang belum pernah berhubungan dengan asosiasi yang besar dan kompleks kemungkinan besar tidak akan menumbuhkan pengetahuan yang berwibawa untuk memahami unsur-unsur kekuatan dan dampak dalam iklim.

#### 4. Atribut Karakter

Karakter bukanlah sesuatu yang tidak bisa diubah. Karakter seseorang dapat berubah kapan saja. Meski bisa berubah, karakter cenderung tidak mudah berubah.

#### 5. Inspirasi

Inspirasi adalah keterampilan pertimbangan yang dapat berubah. Dengan memberikan penghiburan, penghargaan atas karya bawahan, pemberian pengakuan dan pertimbangan pribadi dari atasan dapat mempengaruhi inspirasi seseorang.

#### 6. Materi Pelajaran yang Intens

Hambatan yang dekat dengan rumah dapat membatasi otoritas kemampuan. Kekhawatiran untuk melakukan kesalahan, penghinaan, perasaan diremehkan atau tidak dimiliki adalah hal-hal yang lebih sering membatasi inspirasi dan dorongan.

#### 7. Kapasitas Keilmuan

Kemampuan bergantung pada penalaran mental seperti penalaran teoretis dan penalaran logis. Faktor-faktor seperti pengalaman dapat meningkatkan kemampuan dalam keterampilan pusat.

#### 8. Budaya Otoriter

Budaya otoritatif memengaruhi kemampuan SDM dalam latihan yang menyertainya:

- a. Latihan pendaftaran dan penentuan yang representatif mempertimbangkan pekerja mana yang memiliki tempat di asosiasi dan tingkat keterampilan mereka tentang kemampuan.
- b. Kerangka penghargaan memberikan kepada perwakilan bagaimana asosiasi menghargai kemampuan.
- c. Praktik dinamis memengaruhi keterampilan dalam memberdayakan orang lain, melangkah maju, dan membujuk orang lain.
- d. Kebiasaan dan strategi mendidik pekerja tentang jumlah kemampuan yang diharapkan.

### **2.2.2 Pengertian Permodalan**

Pengertian modal usaha sesuai dengan Rujukan Kata Bahasa Indonesia Besar dalam Nugraha (2018: 9) bahwa modal usaha adalah uang tunai yang dipergunakan sebagai kepala (fundamental) untuk menukar, memberikan uang tunai, dsb; properti (uang tunai, produk, dll) yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diartikan sebagai ukuran uang tunai yang digunakan dalam menyelesaikan latihan bisnis. Banyak orang memandang bahwa modal tunai bukanlah segalanya dalam bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam suatu bisnis memang sangat dibutuhkan, yang menjadi persoalan disini bukanlah apakah modal itu penting karena keberadaannya sangat dibutuhkan, tetapi bagaimana cara mengelola modal dengan baik agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan sebagaimana mestinya. (Amirullah, 2018: 7).

Makna investasi sebagai gambaran catatan keuangan suatu organisasi yang menggunakan modal besar dan modal unik. Modal besar diharapkan sebagai modal dinamis sedangkan modal konseptual direncanakan sebagai modal tersendiri.

1. Modal Sendiri Menurut Mardiyatmo (2018) modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pengusaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari dana cadangan, hadiah, penghargaan, anggota keluarga, dll. Manfaat modal sendiri adalah:

- a. Tidak ada pengeluaran, misalnya beban bunga atau beban organisasi sehingga tidak menjadi beban organisasi.
- b. Tidak bergantung pada pertemuan lain, artinya pengadaaan aset diperoleh dari toko pemilik modal.
- c. Tidak membutuhkan kebutuhan yang berbelit-belit dan membutuhkan investasi yang cukup lama.
- d. Tidak ada komitmen untuk mengembalikan modal, artinya modal yang disetorkan oleh pemilik akan tertanam cukup lama dan semuanya terlihat bagus.

untuk pindah ke partai lain. Tidak adanya modal sendiri adalah:

- a. Jumlahnya dibatasi, maksudnya untuk mendapatkan jumlah tertentu benar-benar tergantung dari pemiliknya dan jumlahnya biasanya dibatasi.
- b. Mendapatkan sejumlah modal sendiri dari pemilik baru yang akan datang (investor baru yang akan datang) sulit karena akan mempertimbangkan kinerja dan kemungkinan bisnis.

- c. Tidak adanya inspirasi pemilik, menyiratkan bahwa pengusaha yang menggunakan modal sendiri memiliki inspirasi bisnis yang lebih rendah daripada mereka yang menggunakan modal asing..
2. Modal Asing (Kredit) Modal asing atau modal awal adalah modal yang umumnya diperoleh dari pihak di luar organisasi dan biasanya diperoleh dari kredit. Manfaat dari modal yang diperoleh adalah jumlah yang tidak terbatas, menyiratkan bahwa ia dapat diakses dalam jumlah besar. Selain itu, dengan menggunakan modal yang diperoleh, para eksekutif biasanya mendorong mereka untuk benar-benar menjalankan bisnis. Mata air aset dari modal asing dapat diperoleh dari:
- a. Kredit dari dunia keuangan, baik dari bank swasta maupun pemerintah atau bank asing.
  - b. Kredit dari yayasan moneter, misalnya, toko barang bekas, investasi, perlindungan sewa, aset manfaat, koperasi atau lembaga pendanaan lainnya.
  - c. Kredit dari organisasi non-moneter.

Sisi positif dari modal di muka adalah:

- a. Jumlahnya tidak dibatasi, menyiratkan bahwa organisasi dapat mengajukan kredit modal dari berbagai sumber. Selama aset yang diusulkan oleh organisasi dapat dilakukan, sebenarnya cukup mudah untuk mendapatkan cadangan. Banyak pihak yang mencoba menawarkan asetnya kepada organisasi yang dianggap memiliki peluang cemerlang.

- b. Inspirasi bisnis yang tinggi. Ini adalah sesuatu yang bertentangan dengan penggunaan modal Anda sendiri. Dalam hal penggunaan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usahanya tinggi, hal ini karena beban usaha untuk mengembalikan kredit. Selain itu, perusahaan juga berusaha untuk menjaga citra dan kepercayaan dari perusahaan pemberi pinjaman agar tidak luntur.

Hambatan modal kredit adalah:

- a. Biaya yang berbeda dibebankan, misalnya biaya bunga dan organisasi. Kredit yang diperoleh dari lembaga yang berbeda jelas digabungkan dengan komitmen yang berbeda untuk membayar administrasi, misalnya, bunga, biaya manajerial, biaya dan komisi, kewajiban meterai dan perlindungan.
- b. Harus dikembalikan. Modal asing harus dikembalikan dalam jangka waktu yang disepakati. Hal ini bagi organisasi yang sedang menghadapi likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung.
- c. Bobot moral. Organisasi yang mengalami kekecewaan atau masalah yang berakibat pada ketidakberuntungan akan mempengaruhi kredit sehingga menjadi bobot etis atas kewajiban yang telah atau akan dibayar oleh orang miskin (Kasmir, 2017: 91).

3. Modal Usaha Bersama Selain modal sendiri atau uang muka, Anda juga bisa menggunakan modal usaha dengan kepemilikan usaha yang berbeda dengan yang lain. Caranya dengan menggandeng modal sendiri dengan modal satu pendamping atau beberapa kelompok (yang berkeliling sebagai rekan kerja) (Jackie Ambadar, 2018: 15).

Dari penilaian di atas dapat diduga bahwa modal usaha adalah kelimpahan yang dimiliki untuk digunakan dalam melakukan kegiatan usaha yang sepenuhnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal sehingga menambah penghasilan para pedagang kecil adalah hal yang wajar.

### **2.2.3 Pengertian Pemasaran**

Mempromosikan adalah salah satu latihan utama yang dilakukan oleh para visioner bisnis dalam upaya mereka untuk mengikuti kewajaran organisasi dan mengembangkan bisnis mereka serta menciptakan keuntungan. Mempromosikan adalah salah satu latihan dalam ekonomi dan membantu membuat nilai finansial. Sedangkan nilai finansial itu sendiri akan menentukan biaya tenaga kerja dan produk bagi orang-orang. Pencapaian atau kekecewaan dalam mencapai tujuan bergantung pada kapasitas dan kemampuan dalam menampilkan. Dalam mencapai tujuan, penting untuk memiliki sistem pameran, yaitu pengaturan khusus yang dimiliki oleh suatu organisasi sebagai aturan untuk mempromosikan latihan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi. Pada awal mempertahankan bisnis, rencana sistem pemasaran yang mendasari diharapkan memperkenalkan produk baru ke pasar. Menampilkan

metodologi sebagai instrumen utama yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan menciptakan keunggulan yang masuk akal melalui sektor bisnis yang dimasuki dan mempromosikan program yang digunakan untuk melayani sektor bisnis yang objektif ini. Pada dasarnya prosedur periklanan memberikan panduan berdasarkan faktor-faktor, misalnya, pembagian pasar, bukti pasar target yang membedakan, pengaturan menampilkan komponen campuran, dan mempromosikan biaya campuran. Prosedur menampilkan adalah bagian mendasar dari metodologi bisnis yang memberikan panduan untuk semua elemen administrasi suatu asosiasi. Teknik menampilkan terdiri dari lima komponen yang terkait erat. Kelima komponen tersebut adalah:

Penentuan pasar, khususnya memilih pasar yang akan dilayani, pilihan ini tergantung pada unsur-unsur yang menyertainya:

1. Kesan kegunaan barang dan pengelompokan mekanis yang dapat dijaga dan dikuasai.
2. Keterbatasan aset di dalam mendorong persyaratan untuk konsentrasi yang lebih kecil.
3. Gabungan pengalaman berdasarkan eksperimentasi dalam menjawab pintu-pintu terbuka dan kesulitan-kesulitan.
4. Kemampuan unik didapat dari akses masuk ke aset yang sedikit atau pasar yang dilindungi
5. Penataan barang, termasuk barang-barang tertentu yang akan dijual, dasar penawaran produk, dan rencana kontribusi individu untuk setiap lini. Item yang sebenarnya menawarkan semua manfaat yang bisa

didapat klien dengan melakukan pembelian. Keuntungan ini termasuk barang yang sebenarnya, nama merek barang, aksesibilitas barang, garansi atau jaminan, layanan perbaikan dan bantuan khusus yang diberikan oleh dealer, serta hubungan pribadi yang mungkin ada antara pembeli dan pedagang.

6. Memperkirakan, khususnya evaluasi yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif barang tersebut bagi klien.
7. Kerangka dispersi, khususnya saluran diskon dan pertukaran eceran melalui mana barang tersebut sampai pada pembeli terakhir yang membeli dan menggunakannya.
8. Menampilkan korespondensi (kemajuan) yang meliputi publikasi, penjualan individu, kemajuan kesepakatan, periklanan langsung dan periklanan.

Sistem promosi adalah kombinasi dari pelaksanaan perintisan dengan hasil pengujian dan eksplorasi pasar sebelumnya dalam menciptakan prosedur pemasaran yang berhasil. Sehingga cenderung dianggap bahwa teknik promosi adalah suatu pendekatan untuk mempresentasikan dan memamerkan barang-barangnya dengan cara yang berbeda untuk memenangkan persaingan di pasar sehingga dapat mengalahkan sepotong kue.

#### **2.2.4 Pengertian Kinerja UMKM**

Pelaksanaan UMKM adalah konsekuensi dari pekerjaan yang dilakukan oleh individu dan dapat diselesaikan dengan tanggung jawab tunggal di dalam organisasi dan untuk jangka waktu tertentu, dan akan

dikaitkan dengan kualitas atau norma-norma organisasi di mana tunggal bekerja. Eksekusi disini sendiri adalah pencapaian yang akan diperoleh oleh individu atau organisasi yang akan mencapai tujuan tertentu. Eksekusi merupakan perkembangan dari latihan pengurus yang memberikan garis besar sejauh mana hasil yang telah dicapai dalam menjalankan kewajiban dan kewajibannya dalam tanggung jawab terbuka, baik sebagai kemenangan maupun kekurangan yang terjadi (Ranto, 2017: 19).

Dengan pameran besar yang dibawakan oleh UMKM, mereka pada akhirnya akan menjadi fondasi ekonomi dan akan mengambil bagian penting dalam ekonomi publik. Usaha Miniatur adalah suatu organisasi yang berguna yang dimiliki oleh orang atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kaidah-kaidah usaha miniatur yang telah ditentukan dalam undang-undang.

Usaha Menengah adalah organisasi berguna yang berdiri sendiri dan diselesaikan oleh orang atau elemen bisnis yang bukan merupakan pembantu atau bagian dari organisasi yang dikendalikan atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari perusahaan swasta atau organisasi besar dengan pendapatan transaksi tahunan sebesar yang ditentukan dalam undang-undang. bertindak.

### **Faktor faktor yang mengakibatkan kekurangan perusahaan swasta**

#### **1. Modal Dibatasi**

Menyesuaikan "uang masuk" dan "uang keluar" adalah perjuangan, terutama saat mencoba mengembangkan bisnis. Alih-alih mendapatkan layanan khusus dari pemilik modal saat

mengajukan kredit, penghibur bisnis swasta sering merasa diperlakukan seperti petani. Organisasi kecil tidak dapat melibatkan kerangka pengakuan sebagai pendekatan untuk menjual seefektif yang dapat dilakukan organisasi besar. Selain itu, sebagian besar perusahaan swasta memiliki masalah yang tersisa di atas air sambil menunggu barang mereka akan dikenali saat mencari.

## 2. Masalah Staf

Usaha mandiri tidak dapat mengelola biaya dari tingkat gaji yang tinggi, dan menanggung biaya pintu terbuka dan status yang biasanya dimiliki oleh perusahaan besar. Pengusaha harus fokus pada masalah sehari-hari dalam mempertahankan bisnis dan biasanya memiliki waktu singkat untuk memikirkan tujuan atau rencana jangka panjang.

## 3. Pengeluaran langsung yang tinggi

Usaha swasta tidak dapat membeli komponen, peralatan, atau perlengkapan yang tidak dimurnikan semurah organisasi besar, atau membatasi pembelian volume yang lebih besar seperti pembuat besar. Jadi biaya pembuatan per unit biasanya lebih tinggi untuk perusahaan swasta, namun biaya fungsional (di atas) sebagian besar lebih rendah.

## 4. Pilihan bisnis yang terbatas

Organisasi besar yang memiliki banyak bidang bisnis mungkin menghadapi masalah di salah satu organisasi mereka, namun mereka adalah area kekuatan utama untuk saat ini. Ini tidak membuat

perbedaan bagi perusahaan independen yang hanya memiliki beberapa item. Usaha mandiri sangat tidak berdaya jika barang baru mereka tidak laku, atau jika salah satu sektor bisnis mereka mengalami penurunan, atau sekali lagi menganggap barang lama mereka tiba-tiba menjadi tua.

#### 5. Validitas rendah

Masyarakat mengakui hasil organisasi besar karena namanya dikenal dan biasanya dipercaya. Perusahaan independen perlu berjuang untuk membuktikan diri setiap kali mereka menawarkan barang lain atau memasuki pasar lain. Kedudukan dan hasil masa lalunya di pasar jarang dipertimbangkan.

### **Faktor yang menghasilkan kekuatan perusahaan swasta**

#### 1. Inspirasi yang lebih tinggi

Manajemen kunci dalam usaha swasta sebagian besar terdiri dari pemilik. Hasilnya adalah bekerja lebih keras, bekerja lebih lama, dan memiliki lebih banyak asosiasi pribadi. Manfaat dan kemalangan lebih berarti bagi mereka daripada tingkat gaji dan penghargaan yang didapatkan oleh perwakilan organisasi besar.

#### 2. Kemampuan beradaptasi yang lebih tinggi

Perusahaan swasta memiliki kemampuan beradaptasi sebagai keunggulan kritis. Organisasi besar tidak dapat menutup jalur produksi tanpa hambatan dari serikat pekerja, atau menaikkan biaya tanpa mediasi pemerintah, namun perusahaan swasta dapat merespons perubahan persaingan dengan lebih cepat. Usaha swasta

juga memiliki jalur korespondensi yang lebih terbatas. Kisaran item dibatasi, pasar dibatasi, dan fasilitas industri serta pusat distribusi berada di dekatnya. Dia bisa dengan cepat mencium masalah dan memperbaikinya.

### 3. Tidak adanya organisasi

Para pemimpin organisasi besar sering mengalami masalah dalam menangkap perspektif yang lebih tinggi dari suatu masalah. Ini menyebabkan kegagalan. Di perusahaan swasta, segala sesuatunya mudah, pilihan dapat dibuat dengan cepat, dan hasilnya dapat langsung diperiksa dengan efektif.

### 4. Tidak mencolok

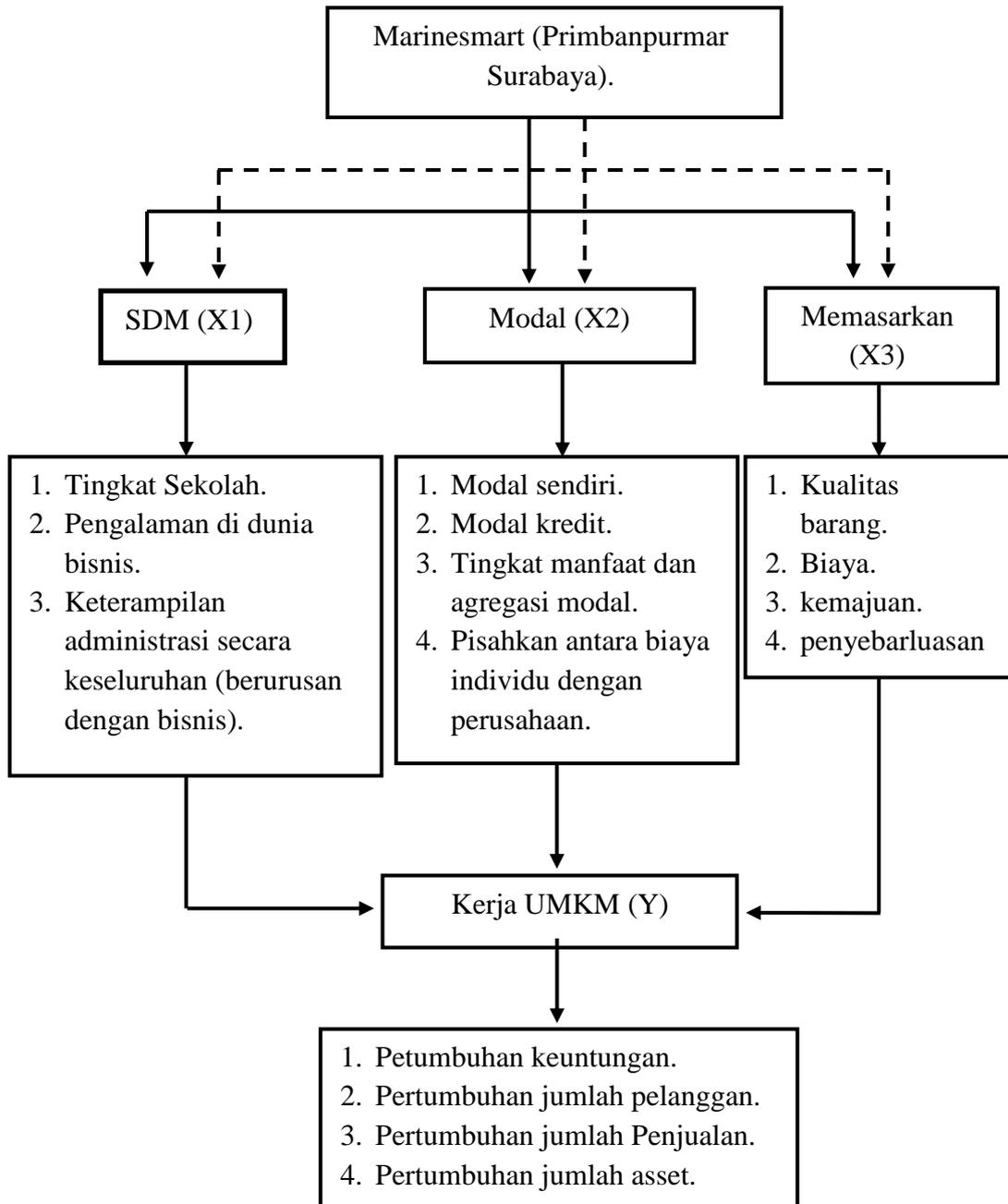
Setelah cukup menonjol untuk diperhatikan, organisasi lain dapat mencoba strategi penawaran baru atau menyajikan produk tanpa menarik terlalu banyak pertimbangan atau pertentangan. Organisasi besar terus-menerus mengelola perang perantara, aktivitas antimonopoli, dan undang-undang tidak resmi. Mereka juga kurang fleksibel dan sulit untuk melakukan perubahan dan pembangunan kembali. Organisasi kecil biasanya dapat meraih kesuksesan jika mereka memenuhi standar seperti berikut ini:

- a. Memenuhi kebutuhan terbatas di lingkungan.
- b. Menciptakan sesuatu untuk ajakan tertentu.
- c. Suatu keadaan di mana pasar berkembang dengan cepat.
- d. Fokus pada fragmen tujuan tertentu.
- e. Berikan administrasi perbaikan khusus.

- f. Tawarkan bantuan individu.
- g. Berikan sentuhan individu.
- h. Jauhi kontes langsung dengan organisasi raksasa.

### **2.3 Kerangka Berfikir**

Setiap prospek pemeriksaan pasti membutuhkan tindakan yang dipikirkan dengan matang sehingga eksplorasi dapat dilakukan dengan cara yang metodis, sah, asli, dan berulang. Berdasarkan landasan dan definisi masalah di atas, sistem tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Keterangan:

----->

= Secara Simultan

————>

= Secara Parsial

### 1. Variabel Independen (X)

Faktor bebas atau faktor otonom adalah faktor yang mempengaruhi variabel terikat. Faktor bebas dalam penelitian ini adalah SDM (X1), Modal (X2) dan *Showcase* (X3).

### 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel bawahan atau variabel lingkungan adalah variabel yang dipengaruhi oleh faktor bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pelaksanaan UMKM (Y).

## 2.4 Hipotesis

Spekulasi adalah solusi sementara untuk definisi masalah pemeriksaan, di mana rencana masalah eksplorasi telah dinyatakan sebagai kalimat penyelidikan. Jadi spekulasi pemeriksaannya adalah:

H1 : Konon pengaruh SDM (X1), Modal (X2), *Showcase* (X3) agak berpengaruh terhadap pameran UMKM Marinesmart (Primbanpurmar Surabaya).

H2 : Diduga pengaruh faktor SDM (X1), modal (X2), dan iklan (X3) secara keseluruhan berpengaruh terhadap pameran UMKM Marinesmart (Primbanpurmar Surabaya).

H3 : Diduga variabel *showcase* berpengaruh terhadap pameran UKM Marinesmart (Primbanpurmar Surabaya).