

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

Isi dari tinjauan pustaka ini, memuat referensi peneliti terdahulu untuk memperjelas pemahaman tentang Program Layanan Jual-beli Produk umkm melalui Aplikasi Tumbas di Kabupaten Mojokerto. Terdapat beberapa artikel dari penelitian terdahulu terkait Program Layanan Jual-beli umkm melalui Aplikasi Tumbas.

Artikel terdahulu pertama ditulis oleh (Syahrul, 2012) dengan judul “E-Commerce Sebagai Solusi Pemasaran Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)”. Tujuan penelitian untuk mengungkap beberapa ide untuk urusan bisnis dan manfaat yang diperoleh perusahaan jikalau menerapkan e-commerce untuk urusan bisnis. Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data menggunakan metode observasi. Dari penelitian tersebut menunjukkan beberapa temuan jika dengan menggunakan e-Commerce anda dapat mendapatkan manfaat layanan pelanggan dan perusahaan akan menjadi lebih baik.

Pada penelitian (Syahrul, 2012) e-commerce merupakan alternatif pemasaran umkm. Seringkali peneliti yang menggali ide-ide yang memanfaatkan e-Commerce untuk keperluan bisnis. Melalui e-Commerce akan mendapatkan beberapa nilai plus antara lain pelayanan pelanggan dan citra perusahaan meningkat. membangun kepercayaan adalah faktor penting dalam kegiatan e-commerce khususnya mengenai kompetensi, kepercayaan dan itikad baik. Maka karena itu, diperlukan 3 faktor untuk menjaga kepercayaan, yaitu rasa puas dari pembeli, reputasi dan niat baik pemasok.

Artikel jurnal terdahulu yang kedua ditulis oleh (Purnamasari et al., 2015) yang berjudul “Analisis Peluang E-Commerce dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Produk Batik (Studi Kasus pada Usaha Batik di Semarang)”. Penelitian ini menerapkan Metode Fenomenologi dengan berupaya memahami, mengamati dan mengumpulkan data, kemudian dilakukan analisis dan menarik kesimpulan terkait peristiwa yang ada dilapangan. Pengumpulan data

yang digunakan adalah observasi secara langsung turun ke lapangan, melakukan pengamatan, mewawancarai pelaku umkm, mengumpulkan dokumen dan literatur, kemudian dilakukan analisis data menggunakan metode SWOT.

Pada Literature (Purnamasari et al., 2015) “Analisis Peluang E-Commerce dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Produk Batik” kalau e-commerce berkontribusi terhadap penjualan batik. E-commerce berpotensi memperoleh hasil maksimal dalam berbagai macam bentuk pemasaran, kualitas layanan dan penjualan. Selain itu juga dapat menjadi media informasi untuk mempermudah pembeli untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Melalui keunggulan e-commerce, sangat disarankan untuk pelaku usaha batik dapat memanfaatkan kinerja aplikasi untuk mengembangkan usahanya melalui verifikasi katalog yang dijual di aplikasi online, sehingga sumber daya manusianya mampu untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Artikel jurnal terdahulu yang ketiga ditulis oleh (Helmalia & Afrinawati, 2022) dengan judul “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Padang”. Subyek dalam artikel jurnal terdahulu adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Rumah Kreatif Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Bank Negara Indonesia (BNI) Kota Padang. Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dalam penelitian studi kasus digunakan untuk menyimpulkan kemudian menghidangkan data observasi sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk mengerti obyek penelitian. Dalam proses mengumpulkan data, peneliti menyebarkan kuesioner, yaitu salah satu teknik yang memungkinkan untuk menganalisis perilaku dan karakteristik pelaku utama pada organisasi yang dapat terpengaruh oleh sistem yang ada.

Artikel jurnal terdahulu yang keempat ditulis oleh (Ahmad & Salim, 2022) dengan judul “Mobile Commerce Pendistribusian Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) CV Cahaya Jiwa Sejahtera di Kabupaten Gorontalo”. Pada penelitian ini Peneliti memakai metode pengembangan dan penelitian mendefinisikan sebagai metode yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifitasan produknya. Dalam mengumpulkan data peneliti melakukan observasi secara langsung pada kejadian yang dituliskan. Hasil dari penelitian (Ahmad & Salim, 2022) merupakan konsumen dapat

mereview transaksi yang dilakukan di seluler dengan memilih menu yang tersedia dan melakukan pembayaran.

Selanjutnya artikel jurnal penelitian terdahulu yang kelima yang ditulis oleh (Narto & HM, 2020) dengan judul “Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik”. Pada proses pengumpulan data peneliti memberi beberapa pertanyaan kepada pelaku umkm tentang bagaimana keadaan di tengah pandemi dan menyebarkan kuisioner dalam rangka untuk mencari tahu titik kelemahan, ancaman dan peluang terhadap marketing produk.

Peneliti (Narto & HM, 2020) menjelaskan pemilihan rencana dengan menggunakan teknik AHP untuk menentukan rencana alternatif yaitu melakukan promosi melalui sosial media dan memberikan potongan harga agar lebih dikenal luas dan dapat menarik perhatian konsumen yang berada di luar kota Gresik. Prioritas kedua yaitu memperbaiki kualitas produk dengan cara tanpa menggunakan bahan-bahan pengawet, untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk dan memperoleh keuntungan yang menjanjikan. Strategi tersebut merupakan strategi penguatan pemasaran sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif umkm Kabupaten Puduk Gresik.

Kemudian ada bahan literature terdahulu yang keenam oleh (Prasetyo & Yunita, 2022) yang berjudul “Mobile E-Commerce pada Penjualan dan Promosi Produk UMKM di Kedai Pizza Joeragan Tembilihan”. Pada pengumpulan data kali ini peneliti melakukan observasi, literature dan wawancara serta tahapan pengembangan sistem dengan metode air terjun. Terdiri atas 5 rangkaian yaitu analisis, perancangan, pengujian, pemeliharaan dan implementasi. Hasil dari penelitian tersebut berupa sebuah aplikasi yang bisa membantu penjual Toko Pizza Juragan Tembilihan dalam melaksanakan transaksi jual beli dengan konsumen tanpa datang ke outlet dan mempermudah pembeli berkomunikasi melalui WA melalui admin e-commerce. Dalam mengelola strategi bisnis di media sosial, diperlukan beberapa prinsip yang dikenal dengan 4C. Prinsip 4C yaitu koneksi, kreasi, konsumsi, dan kontrol dapat membantu e-commerce berjalan lancar. Konsep-konsep ini dapat mendorong pelanggan untuk berkontribusi terhadap laba atas investasi (ROI) perusahaan, yang diukur melalui

keterlibatan aktif seperti umpan balik atau ulasan pelanggan, serta berbagi atau mempromosikan dengan orang lain. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, teknologi saat ini memungkinkan kita menggunakan internet untuk melakukan segala jenis pemasaran.

Artikel penelitian terdahulu yang ketujuh oleh (Fadila et al., 2021) dengan judul “Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital Pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor”. Metode yang digunakan peneliti kali ini yakni studi kasus dengan kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data melalui observasi. Tujuan dari penelitian ini memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Hasil dari penelitian (Fadila et al., 2021) dengan aktivitas diskusi terkait pemahaman penggerak UKM pada penggunaan aplikasi seberapa jauh mereka mengakses layanan digital keuangan melalui aplikasi. Pekerjaan ini didasari dengan verifikasi lapangan, komunikasi serta mengisi kuesioner untuk mengetahui peran fintech pada UKM Bogor. Kemudian pendampingan penggerak UKM untuk mengoperasikan website jual beli online, memberi arahan bagaimana cara memperkenalkan produk di aplikasi online, mengakses website toko sehingga tidak gagap teknologi dan dapat menjalankan bisnisnya baik secara tradisional maupun modern. Kemudian yang terakhir yakni memberikan pengembangan dan pelatihan Sumber Daya Manusia bagi pelaku UMKM guna menambah pengetahuan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya pada era industri digital. Peneliti berharap setelah memberikan beberapa solusi serta pembinaan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM agar mempunyai pengetahuan dalam pengelolaan keuangan, penggunaan aplikasi online, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan daya saing usaha.

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Pelayanan Publik**

#### **a. Pengertian Pelayanan Publik**

Pembicaraan tentang layanan publik terkait dengan definisi pelayanan, yang merupakan konsep dasar pelayanan publik. Penelitian pelayanan memiliki banyak arti yang berbeda dari beberapa ahli. Perbedaan arti disesuaikan dengan konteks di mana istilah pelayanan itu

digunakan. Pelayanan dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang, kelompok atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan. Standar pelayanan ialah ukuran yang ditetapkan sebagai pembakuan pelayanan yang baik. (Nur Rianto, 2010).

Pelayanan publik adalah fungsi utama pemerintah. Pemerintah mengambil peran sebagai lembaga, wajib memenuhi dan memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono terjemahan dari pelayanan merupakan istilah *service* dalam bahasa Inggris, yang memiliki arti bahwa setiap langkah atau perilaku yang bisa ditawarkan dari pihak satu ke pihak kedua yang bersifat intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Dwiyanto, 2002).

Selanjutnya layanan publik menurut Pasolong ialah aktifitas yang dilaksanakan pemerintah daerah kepada masyarakatnya yang mempunyai kegiatan menguntungkan pada organisasi dengan embel-embel kepuasan, meskipun pada akhirnya hasilnya tidak sama dengan fisik produknya (Pasolong, 2007). Kemudian Kurniawan menjelaskan bahwa layanan publik merupakan kegiatan melayani kebutuhan masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut sesuai dengan tata cara dan aturan yang telah ditetapkan (Kurniawan, 2005).

#### **b. Asas Pelayanan Publik**

Menurut (Winarsih dan Ratminto, 2005) pada saat penyediaan pemerintah perlu menyoroti beberapa asas berikut ini:

- a) Berempati pada pengguna jasa layanan
- b) Pelaku pemberi pelayanan publik harus berempati pada masyarakat yang merupakan pengguna jasa pelayanan.
- c) Prosedur dibuat semudah mungkin yang bertujuan agar pelayanan terhadap masyarakat dapat disampaikan secara maksimal.
- d) Tata cara pelayanan dibuat semudah mungkin dan didasari komunikasi serta sosialisasi kepada pengguna jasa layanan.
- e) Syarat untuk pengurusan diberi batasan dan hanya yang wajib saja yang dibawa.
- f) Pegawai yang memberi pelayanan kepada masyarakat wajib

ditetapkan dengan membuat struktur tugas dan distribusi kewenangan.

- g) Selain itu wajib ada transparansi mengenai biaya kepada pengguna jasa pelayanan.
- h) Layanan wajib memiliki jadwal yang pasti, sehingga dapat mempermudah pengguna jasa pelayanan dalam mengakses informasi pelayanan.
- i) Formulir wajib bersifat praktis. Jika ada satu formulir untuk beberapa keperluan.

### **c. Prinsip Pelayanan Publik**

Ketersediaan pelayanan publik perlu memperhatikan beberapa prinsip. Menurut (Surjadi, 2012) ada beberapa prinsip penyediaan pelayanan public sebagai berikut ini:

- a) Pelayanan cepat dan mudah.
- b) Kejelasan
  - 1) Syarat teknis dan administrasi pelayanan public
  - 2) Mempunyai pegawai yang bertanggung jawab ketika menghadapi persoalan selama aktifitas pelayanan.
  - 3) Adanya rincian dan tata cara pembayaran.
- c) Kejelasan dalam penyediaan pelayanan.
- d) Masyarakat wajib menerima pemerian pelayanan secara benar, tepat, dan sah.
- e) Pemberi pelayanan tidak membedakan suku, ras, agama dan status ekonomi.
- f) Lokasi layanan harus memadai dan mudah dijangkau oleh masyarakat.
- g) Tersajinya sarpras kerja serta peralatan pendukung lainnya yang memadai.
- h) Pemberi layanan bersikap jujur kepada pengguna layanan.
- i) Pelayanan diberikan dengan teliti dan ulet.

### **d. Standart Pelayanan**

Penyelenggaraan pelayanan harus mempunyai standar sebagai

pedoman pelayanan. Standar pelayanan perlu diberikan sosialisasi agar masyarakat dapat mengetahui proses yang diberikan, sehingga dalam pelaksanaannya harus dipatuhi baik oleh penyedia maupun pengguna jasa pelayanan. Standar pelayanan publik mencakup:

- a) Tata cara pelayanan berlaku untuk pemberi layanan dan penerima layanan.
- b) Waktu tenggang yang ditentukan pada saat mengajukan permohonan hingga selesai pelayanan termasuk pengaduan.
- c) Rincian tarif pelayanan yang sudah dipastikan pada proses pelayanan.
- d) Hasil dari pelayanan sesuai dengan ketentuan.
- e) Kemampuan pegawai pemberi layanan wajib ditetapkan serta sesuai berdasarkan keterampilan, keahlian, pengetahuan, sikap, dan perilaku.
- f) Penyediaan sarana prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

## **2.2.2 Inovasi**

### **a. Definisi Inovasi**

Definisi kata inovasi merupakan proses kegiatan untuk mendapatkan sesuatu baru yang berkaitan dengan input, proses serta output, dan dapat bermanfaat pada manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input diartikan sebagai pola pikir manusia kemudian disumbangkan untuk temuan terbaru. Inovasi yang berkaitan dengan proses sebagian besar berorientasi pada metode, teknik untuk menghasilkan hal baru. Selain itu, inovasi terkait output berdasarkan definisi ini lebih ditujukan pada hasil yang telah tercapai, khususnya penggunaan pola pikir dan metode atau teknik kerja. Unsur ketiga dalam inovasi sebenarnya membentuk satu kesatuan yang utuh (Rohana dan Makmur, 2012).

Inovasi merupakan langkah yang berpengaruh terhadap perkembangan suatu organisasi, baik dari sektor swasta maupun universal yang berusaha mencari inovasi. Said mengartikan inovasi

sebagai perubahan terencana dengan cara melaunching teknologi dan penggunaannya. Pengertian Inovasi tidak hanya membangun akan tetapi dapat diartikan sebagai memanfaatkan ide baru untuk menciptakan layanan, produk, dan proses.

Inovasi sangat diperlukan dalam pengelolaan lembaga, baik lembaga swasta maupun lembaga pemerintah daerah. Pada lembaga pemerintahan inovasi sudah menjadi tuntutan bagi pemerintah menyusul meningkatnya tekanan masyarakat untuk meningkatkan kinerja instansi pemerintahan agar mampu menyelesaikan masalah masyarakat melalui program dan pelayanan. (Muluk, 2008).

#### **b. Aspek Inovasi**

Inovasi tidak terlepas oleh aspek penting yang menunjukkan suatu organisasi bahwa sudah berinovasi. Menurut (Suwarno, 2008) terdapat 5 point yang ada dalam inovasi sebagaimana berikut ini:

- a) Munculnya inovasi yakni sebagai ide baru untuk warga pada sistem sosial tertentu. Munculnya ide baru ini adalah faktor penting perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat.
- b) Cara baru inovasi dapat mengganti cara lama yang sebelumnya sudah berlaku.
- c) Pembaharuan tampilan inovasi berujuk pada objek baru untuk penggunaannya. Objek baru tersebut dapat berupa fisik atau tidak berwujud fisik.
- d) Pembaharuan teknologi Inovasi identik dengan perkembangan teknologi.
- e) Penemuan Baru adalah hasil penemuan produk baru dari proses yang bekerja dengan kesenjangan dan kesadarannya.

#### **a. Tipologi Inovasi**

Suatu inovasi dapat diakui berhasil jika inovasi tersebut merupakan penciptaan dan penerapan produk, proses, jasa, dan metode pelayanan baru (Wicaksono, 2019). Maka dari itu inovasi mencakup beberapa point yang kompleks dengan beberapa faktor pendukung. Berikut beberapa jenis-jenis inovasi yang ada di organisasi sektor publik

menurut (Muluk, 2008):

a) Produk Layanan Inovasi

Kali ini membuat produk lama menjadi seperti produk baru, yang mana membuat beda dengan produk layanan sebelumnya.

b) Proses Inovasi

Proses inovasi mengacu untuk mengupdate kualitas dengan adanya perpaduan antara prosedur, kebijakan, perubahan dan mengorganisasikan yang diperlukan dalam melakukan inovasi.

c) Metode Inovasi

Metode inovasi mengacu pada aspek interaksi yang dilakukan oleh konsumen dalam penyediaan suatu layanan. Dengan demikian maka aplikasi tumbas masuk kedalam kategori ini yakni inovasi metode. Dimana interaksi yang dilakukan oleh pelanggan dengan pemberi layanan dilakukan secara tidak langsung atau online.

d) Strategi Inovasi

Strategi ini bertujuan untuk membuat strategi baru dan kebijakan.

e) Sistem Inovasi

Pembaharuan pada suatu organisasi yang bertujuan untuk melakukan perubahan pada pengelolaan organisasi.

Menurut penjelasan oleh Muluk diatas, terdapat beberapa inovasi yang ada pada sektor publik terdiri dari proses layanan, proses inovasi, metode pelayanan dalam inovasi, strategi dalam inovasi, dan sistem inovasi. Beberapa jenis inovasi diatas menunjukkan bahwa inovasi memiliki beragam jenis. Dengan demikian maka peran inovasi teknologi dalam kegiatan ekonomi dan usaha memiliki nilai yang cukup penting. Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya untuk dapat meningkatkan ekonomi atau usaha yang dilakukan. Melalui inovasi teknologi tersebut diharapkan mampu mendongkrak laju pertumbuhan ekonomi yang ada.

## **2.3 Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM)**

### **2.3.1 Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha pada sektor ekonomi. Perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar umumnya didasari pada nilai aset awal, omset rata - rata setiap tahun dan jumlah pegawai tetap. Akan tetapi menurut negara pengertian umkm berdasarkan alat ukur ini ada perbedaan. Oleh karena itu sangat sulit untuk membandingkan pentingnya atau peran umkm antar negara (Tambunan, 2012).

Definisi umkm telah diatur dalam *UU Nomor 20 Tahun 2008* tentang umkm. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum) pasal 1 dari UU, dinyatakan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha yang memenuhi usaha mikro sebagaimana telah diatur dalam UU tersebut. usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri adalah usaha kecil, yang dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana telah diatur dalam UU tersebut.

Pembahasan usaha kecil dan menengah termasuk pada pengkategorian jenis usaha yang meliputi industri dan perdagangan. Pemahaman mengenai UKM tidak selalu sama, tergantung pada konsep yang digunakan di negara tersebut. Terkait pengertian usaha kecil ternyata sangat bervariasi, antara satu negara dengan negara lainnya. Pengertian tersebut paling tidak mencakup dua aspek, yaitu aspek penyerapan energi kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari besarnya energi kerja yang diserap perusahaan.

### **2.3.2 Peran UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah berperan pada proses pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pada negara maju UMKM mempunyai peran penting, bukan karena kelompok usahanya memiliki

banyak para pekerja jika perbandingannya dengan usaha besar, melainkan kontribusi terhadap pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

### **2.3.3 Masalah yang dihadapi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Murdani et al., (2019) menyebutkan bahwasanya dalam perkembangan UMKM banyak faktor penghambat. Hambatan tersebut dapat berbeda antar daerah. Faktor-faktor penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Keterbatasan modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan;
- b) Sumber daya manusia pada pelaku usaha masih rendah;
- c) Terbatasnya kemampuan marketing;
- d) Link terhadap informasi usaha sulit;
- e) Kurangnya keharmonisan antar BUMD, pelaku UMKM, dan usaha besar;
- f) Pengadaan bahan baku dan input lainnya
- g) Salary yang masih tinggi akibat rumitnya prosedur administrasi dan birokrasi.