

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 PENELITIAN TERDAHULU**

Dalam pelaksanaan penelitian diperlukan informasi-informasi yang relevan terkait dengan permasalahan yang sudah diteliti. Oleh karena itu, peneliti telah meyajikan data yang dibutuhkan sebagai acuan atau referensi bagi peneliti dalam menulis hasil penelitian. Berikut merupakan rangkuman dari jurnal penelitian-penelitian terdahulu diantaranya

**Pertama**, yang berjudul ” *Strategi Peningkatan Mutu dan Keamanan Pangan Olahan Pertanian Melalui Penerapan Good Manufacturing Practices pada UMKM Berdaya Saing di Kota Bandung* ” jurnal ini disusun oleh (Ani Rahayuni Ratna Dewi, Musa Hubeis, dan Eko Ruddy Cahyadi pada tahun 2019) didalam jurnal ini dijelaskan bahwasannya penerapan prinsip Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) atau GMP menunjukkan UMKM pangan olahan pertanian di Kota Bandung telah mulai melakukan upaya penerapan GMP, namun masih memerlukan berbagai usaha perbaikan. Ketidaksesuaian yang cukup banyak ditemukan adalah pada bangunan; pengawasan proses; karyawan; pemeliharaan dan program sanitasi; dokumentasi dan pencatatan; pelatihan; serta penarikan produk. Faktor-faktor yang berkorelasi positif dengan penerapan GMP adalah tingkat pendidikan formal pimpinan UMKM, frekuensi mengikuti pelatihan mutu dan keamanan pangan, omset usaha dan adanya fasilitasi/bantuan pemerintah, sementara umur pimpinan/pemilik usaha berkorelasi secara negatif terhadap penerapan GMP. Alternatif strategi yang dipilih berdasarkan matriks SWOT dan AHP adalah investasi teknologi dan penerapan standar, public awareness (promosi, edukasi, apresiasi) dan peningkatan kompetensi SDM.(A. R. R. Dewi, Hubeis, and Cahyadi 2019)

**Kedua**, yang berjudul “*PENERAPAN TEKNOLOGI PENGEMASAN DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN MUTU PRODUK PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH BERBASIS OLAHAN PANGAN DI DESA CIKUDA KECAMATAN JATINANGOR KABUPATEN SUMEDANG*” jurnal ini disusun oleh (Selly Harnesa Putri, Irfan Ardiansah, dan Devi Maulida

Rahmah pada tahun 2017) jurnal ini menjelaskan bahwasannya Aktifitas usaha dalam bentuk industri kecil menengah juga terdapat di Desa Cikuda Kec Jatinangor. IKM olahan pangan yang mendominasi aktifitas usaha dalam IKM, seperti aneka keripik serta olahan bahan hasil pertanian seperti olahan singkong dan olahan jagung. Permasalahan yang terdapat didalam IKM di kedua desa tersebut adalah kualitas produk yang masih rendah, serta penampilan produk yang siap dipasarkan yang kurang menarik sehingga tidak berdampak pada kesejahteraan pelaku IKM. Permasalahan yang dihadapi oleh IKM tersebut sekaligus menjadi potensi yang besar bagi peningkatan perekonomian masyarakat, ketika IKM mampu memberikan keuntungan finansial melalui perbaikan kualitas produk yang dihasilkan. Perbaikan mutu produk IKM dapat melalui penerapan teknologi pengemasan dan inovasi produk. Penerapan teknologi pengemasan, selain akan meningkatkan harga jual produk, juga akan memperluas segmentasi pasar. Begitupula dengan inovasi produk. Inovasi produk dapat berupa pengembangan produk turunan yang lebih bervariasi, sehingga banyak pilihan produk yang dapat ditawarkan ke pasaran. (Hubeis et al. 2015)

**Ketiga**, yang berjudul “*STANDARISASI PRODUK GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING IKM MAINAN ANAK DI KOTA MAGELANG*” jurnal ini disusun oleh (Oesman Raliby, Retno Rusdijati, dan Nugroho Agung Prabowo, pada tahun 2013) dalam jurnal ini dijelaskan bahwasannya untuk menjaga kelangsungan dan daya saing industri mainan kayu maka dilakukan pendampingan dan pelatihan pengembangan produk yang diarahkan pada diversifikasi produk terutama pada jenis mainan edukatif yang mampu mengembangkan perilaku kognitif dan merangsang kreativitas bagi anak-anak dalam mengembangkan kemampuan fisik dan mental yang pastinya diperlukan di kemudian hari oleh anak. Upaya memberikan jaminan terhadap keamanan produk, dilakukan melalui beberapa pendekatan, beberapa diantaranya adalah perbaikan pada proses produksi untuk menghasilkan produk yang aman bagi anak-anak, juga peningkatan mutu untuk. Sedang untuk standardisasi produk dilakukan melalui perancangan ulang dengan membakukan desain dan ukuran.

Dengan demikian produk yang dibuat disesuaikan dengan Spesifikasi sifat fisis dan mekanis SNI 12.6527.1-2001.(Raliby, Rusdijjati, and Prabowo 2013)

**Keempat**, yang berjudul *“Pengembangan Diversifikasi Produk Tiwul Instan untuk Meningkatkan Daya Saing UKM di Kabupaten Wonosobo (Development of Product Diversification of Instant Tiwul to Increase the Competitiveness of SMEs in Wonosobo District)”* disusun oleh (Santi Dwi Astuti, Kusmantoro Edi, Furqon, Indah Nuraeni pada tahun 2019) dijelaskan dalam jurnal ini ialah kegiatan pengabdian menghasilkan varian produk baru hasil penelitian skala laboratorium yang dikembangkan produksinya pada skala pilot (UKM). Produk yang dikembangkan adalah tiwul instan premium yang dibuat dari tepung singkong dan ubi jalar ungu, serta kacang merah termodifikasi dan produk bakeri tiwul instan fungsional yang terdiri dari cookies, muffin, dan brownies. Kegiatan alih teknologi mampu meningkatkan iptek partisipan dan memotivasi partisipan untuk menindaklanjuti teknologi yang telah diintroduksikan, termasuk mengubah kebiasaan dalam memproduksi sesuai dengan pedoman cara produksi pangan yang baik untuk industri skala rumah tangga. Penyediaan peralatan, instrumen dan perlengkapan produksi, perbaikan dan pengaturan layout ruang produksi telah mampu meningkatkan kapasitas dan mutu produk UKM yang dihasilkan. Pendampingan selama penerapan teknologi dan produksi kontinu tiwul instan fungsional dan bakeri tiwul mampu menjaga konsistensi mutu produk sesuai standar yang telah ditetapkan. Berbagai kegiatan promosi yang dilakukan dan metode pemasaran yang diterapkan secara signifikan mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan UKM mitra.(Astuti et al. 2019)

**Kelima**, yang berjudul *“MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KECIL MENENGAH MELALUI INOVASI DAN PEMANFAATAN JARINGAN SOSIAL: PEMBELAJARAN DARI KLASTER INDUSTRI SOFTWARE DI INDIA”* disusun oleh (Anugerah Yuka Asmara, Sri Rahayu pada tahun 2013) Daya saing merupakan suatu kebutuhan yang tak terhindarkan bagi pengembangan industri kecil menengah (IKM) di Indonesia. Salah satu caranya ialah dengan membentuk klaster pada IKM, mengingat IKM di Indonesia saat ini hanya sebatas kumpulan industri biasa (agglomerasi) bukan suatu klaster.

Belajar dari kluster industri software di India yang melibatkan industri software skala besar, pelibatan perguruan tinggi, dan agen pendukung lainnya ada dua hal yang dapat dipetik bagi pengembangan IKM di Indonesia yaitu: inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial. Kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan sebagai elemen utama dalam meningkatkan kemampuan daya saing IKM. Selanjutnya, kemampuan organisasi dan teknologi IKM dapat dilakukan melalui empat hal yaitu: 1) keahlian teknis individu, 2) model dan strategi bisnis, 3) kemampuan teknologi dan inovasi, dan 4) kemampuan pemasaran. Keempat hal tersebut sudah dilakukan oleh sebagian IKM yang ada di Indonesia dengan produk inovatifnya, teknologi yang digunakan, hingga cara pemasarannya. Akan tetapi, kendala utamanya ialah pengabaian “hubungan sosial yang erat” antar sesama pelaku IKM, rendahnya minat sebagai pelaku IKM sejati, dan masih sektoralnya kebijakan Pemerintah Indonesia dalam memberdayakan IKM, yang semuanya menjadikan tantangan baru bagi kita untuk mewujudkan IKM yang berdaya saing di Indonesia. (Siti Nur Fadlilah 2012)

**Keenam**, yang berjudul “*KAJIAN MANFAAT TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF KERAJINAN DAN BATIK DI ERA INDUSTRI 4.0*” disusun oleh (Edi Eskak pada tahun 2020) dijelaskan dalam jurnalnya bahwasannya peran IKM sudah terbukti mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan, sehingga perlu ditingkatkan daya saingnya agar dapat berkembang lebih maju. Peningkatan daya saing dapat dilakukan dengan penerapan TIK dalam pengelolaan usaha. Peningkatan daya saing IKM ini sangat diperlukan agar mampu bertahan dan bersaing dalam kancah perdagangan global. Penerapan TIK akan meningkatkan daya saing perusahaan dari berbagai aspek antara lain: 1) meningkatkan daya profesionalitas, 2) meningkatkan daya produktivitas, 3) meningkatkan daya finansial/akuntabilitas finansial, 4) meningkatkan daya kecepatan dalam pengambilan keputusan, 5) meningkatkan daya menembus pasar global, 6) meningkatkan daya litbangyasa, 7) meningkatkan daya pariwisata, dan 8) meningkatkan daya layanan prima. Semua itu berakumulasi pada meningkatnya daya saing perusahaan. (Eskak 2020)

**Ketujuh,** yang berjudul “*PERANAN INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) DALAM PENYERAPAN TENAGA KERJA DI KABUPATEN PONOROGO*” disusun oleh (Andri Ratnasari Drs. H. Kirwani SE, MM pada tahun 2013) dijelaskan dalam jurnal ini bahwasannya rata-rata persentase peranan IKM dalam penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Ponorogo adalah sekitar 11,19 persen tiap tahunnya. Dengan demikian IKM berperan penting dalam upaya untuk mengatasi peningkatan jumlah pengangguran dan merupakan sektor yang potensial dalam upaya peningkatan penyerapan tenaga kerja. Jika sektor IKM dikembangkan dengan baik, maka kesempatan kerja yang tercipta pun semakin banyak sehingga penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Ponorogo akan meningkat. Sedangkan jumlah pertambahan penyerapan tenaga kerja IKM hanya sedikit karena dari total pertambahan jumlah unit usaha IKM lebih didominasi oleh jumlah unit usaha IKM 16 non-formal yang penyerapan tenaga kerja per unit usahanya lebih kecil daripada IKM formal. tenaga kerja di Kabupaten Ponorogo. Meskipun demikian IKM formal tidak dapat diabaikan, karena penyerapan per unit usahanya lebih tinggi jika dibandingkan dengan penyerapan tenaga kerja per unit usaha IKM nonformal. (Ratnasari and Kirwani 2015)

**Kedelapan,** yang berjudul “*SISTEM INFORMASI INDUSTRI KECIL MENENGAH PEMERINTAHAN KABUPATEN BOYOLALI BERBASIS WEBSITE*” disusun oleh (Rahayuning Putri Mahardikawati, Nurgiyatna Nurgiyatna pada tahun 2020) dijelaskan dalam jurnal ini bahwasannya Kabupaten Boyolali adalah salah satu kabupaten dari 35 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah yang pro-investasi dan memiliki kurang lebih unit yang terdiri dari industri, mikro, kecil dan menengah. Kondisi saat ini, pengelolaan Industri Kecil Menengah Pemerintah Kabupaten Boyolali masih melakukan pendataan secara konvensional. Meskipun jarak tempuh yang jauh, Dinas Perdagangan dan Perindustrian harus merekap data dengan cara mendatangi setiap kecamatan-kecamatan di Kabupaten Boyolali. Selain itu, belum adanya media informasi Industri Kecil Menengah Kabupaten Boyolali yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Penelitian ini bertujuan membuat Sistem Informasi Industri Kecil Menengah Pemerintahan Kabupaten Boyolali Berbasis

Website untuk memudahkan dinas mendapatkan data-data industri, masyarakat umum yang memiliki industri dapat mendaftar secara *online* agar dapat mengajukan bantuan secara *online*, serta menjadikan sistem ini sebagai media promosi industri. Sistem Informasi ini menggunakan *framework laravel* dengan bahasa pemrograman PHP, dan *database MySQL*. Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan adalah *waterfall*, dalam perancangan dan pembuatan meliputi tahap analisis kebutuhan, desain aplikasi, pengkodean aplikasi, pengujian, dan perawatan. Berdasarkan hasil uji *black box*, sistem mempunyai menu kelola data industri, kelola data member, kelola rekap industri, kelola pengajuan bantuan serta sistem ini sebagai sarana media informasi seputar Industri Kecil Menengah. Berdasarkan pengujian SUS, sistem mendapat skor 70,58 yang berarti sistem termasuk dalam kategori baik dan dapat diterima. (Rahayuning Putri Mahardikawati and Nurgiyatna 2020)

**Kesembilan**, yang berjudul “*PENGARUH PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA WANITA TERHADAP MUTU PRODUK MAKANAN INDUSTRI KECIL MENENGAH DI KOTA BOGOR*” disusun oleh (Fadlilah, Siti Nur dan Nurhasanah pada tahun 2010) dijelaskan bahwasannya Industri makanan merupakan salah satu industri unggulan bagi sektor Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Bogor. Berdasarkan pengamatan secara kualitatif yang dilakukan, banyak tenaga kerja wanita yang bekerja dibidang industri makanan. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa tinggi pengaruh produktifitas tenaga kerja wanita terhadap mutu produk makanan IKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara produktifitas kerja wanita dengan mutu produk yang dihasilkan. Pengolahan data dilakukan dengan mereduksi jumlah industri IKM potensial yang akan dijadikan obyek penelitian dengan kriteria tertentu, dengan menggunakan pendekatan Analytical Hierarchy Process (AHP). Pengukuran produktifitas dilakukan berdasarkan pendekatan Rasio Output/Input. Penentuan hubungan pengaruh produktifitas tenaga kerja wanita dengan mutu produk makanan IKM adalah berdasarkan pendekatan koefisien korelasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa IKM produk makanan yang berpotensi di Kota Bogor adalah IKM produsen nata de coco, dimana dengan pendekatan AHP diperoleh bobot tertinggi dibandingkan

dengan 28 IKM produk makanan lainnya, yaitu sebesar 0,096. Berdasarkan 4 IKM produsen nata de coco, dapat diambil kesimpulan secara umum, bahwa pada IKM nata de coco di Kota Bogor tidak terdapat pengaruh antara produktivitas tenaga kerja wanita dengan mutu produk.(Siti Nur Fadlilah 2012)

**Kesepuluh,** yang berjudul *“PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM IKATAN PENGUSAHA AISYIAH DI KOTA MALANG”* disusun oleh (Dwi Irawan dan Muhammad Wildan Affan pada tahun 2020) dijelaskan bahwasannya Muhammadiyah telah membentuk Ikatan Pengusaha Aisyiyah yang bertujuan untuk mengkomodir kegiatan berwirausaha anggota Aisyiyah. Tetapi dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala yang terjadi yang sangat menghambat perkembangan usahanya. Diantaranya adalah produk belum memiliki branding dan packaging yang menarik untuk bersaing di pasar. Melalui pengabdian kepada masyarakat ini kami akan melakukan pendampingan dalam pengelolaan branding dan packaging agar produk yang dihasilkan oleh IPAS lebih mampu bersaing dipasar dengan produk-produk yang telah lebih dulu ada. Metode yang digunakan dengan ceramah, diskusi dan demonstrasi. Hasil menunjukkan bahwa pemilihan kemasan produk yang dihasilkan IPAS Kota Malang telah sesuai dan IPAS memiliki Branding yang lebih menarik untuk dapat bersaing di pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman terkait branding dan pemilihan packaging yang tepat untuk produk yang dihasilkan oleh IPAS Kota Malang. Hasil dari produk yang dihasilkan menjadi lebih awet dan menarik bagi konsumen. Saran untuk IPAS Kota Malang adalah agar dapat meningkatkan penjualannya ke depan dengan menggunakan sarana mobile marketplace.(Irawan and Affan 2020)

## **2.2 STRATEGI**

Suatu strategi dapat dirumuskan berdasarkan matriks EFI dan EFE. mengembangkan IKM yang berdaya saing. Strategi itu dirumuskan untuk memperkuat kekuatan mereka dan mengurangi kelemahan IKM dan mengambil kesempatan untuk melawan ancaman. Perumusan strategis. Kombinasi keempat strategi gabungan (strategi SO, WO, ST dan WT) menghasilkan 15 alternatif strategi, yaitu:

- A. Mengembangkan kemitraan melalui pembuatan situs pemasaran bersama produk IKM
- B. Memperkuat kerjasama untuk menjaga kontinuitas ketersediaan bahan baku antar daerah
- C. Pengembangan bidang industri manufaktur IKM
- D. Memfasilitasi perolehan legitimasi komersial
- E. Pembentukan kelompok IKM (Koperasi, Gugus, Pusat, Kelompok dan Unit). teknis pelaksanaan/UPT)
- F. Kepemimpinan, pembinaan dan pengawasan IKM akan ditingkatkan. Memperkuat peran BUMN dalam membantu IKM melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
- G. Penerapan sistem keamanan pangan dan standar mutu untuk Peningkatan sinergi antara perguruan tinggi (inkubator bisnis), praktisi, IKM dan industri
- H. Pakar membantu IKM agar menjadi mandiri
- I. Perluasan peran pemerintah daerah dan dukungan negara
- J. Membuat regulasi terkait pengembangan IKM diseluruh indonesia
- K. Meningkatkan kreativitas pelaku IKM melalui berbagai pelatihan
- L. Pengembangan teknologi terapan untuk meningkatkan kualitas guna Meningkatkan kemitraan dengan perusahaan besar di bidang usaha sejenis.

Konsep manajemen strategis adalah mencapai dan memelihara keunggulan kompetitif. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu desain, implementasi dan evaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang untuk masa depan yang baru dan berbeda, perencanaan jangka panjang mencoba mengoptimalkan tren saat ini untuk masa depan.(Chusniyah and Fauza 2022) Selain itu, manajemen strategis juga merupakan filosofi, cara berpikir dan bagaimana organisasi dikelola. Manajemen strategis tidak terbatas pada manajemen implementasi fungsi dalam tinjauan manajemen strategis organisasi, tetapi juga bagaimana membentuk sikap baru dalam kaitannya dengan perubahan eksternal. Pemahaman pentingnya manajemen strategis tidak terbatas pada aspek-aspek saja pada implementasi rencana, tetapi lebih



mendalam pada visi, misi dan tujuan kelembagaan Makna ini mengacu pada konteks lingkungan eksternal dan internal organisasi Strategi adalah model, karena strategi masih berupa rencana yang terperinci berwawasan ke depan dan belum terealisasi (juga dikenal sebagai terencana strategi) tetapi ketika diimplementasikan itu disebut strategi yang diimplementasikan.(Euis 2017) Strategi juga berarti positioning, yaitu strategi untuk memposisikan produk di pasar sasaran.(Irawan and Affan 2020) Ada dua Jenis model strategis ini melihat ke bawah terlebih dahulu, yaitu. melihat persimpangan antara 2 produk dengan pelanggan. Yang kedua adalah melihat, yaitu memperhatikan hal-hal yang berbeda aspek lingkungan eksternal yang mempengaruhi pasar. Strategi juga bisa berperan Game artinya strategi adalah permainan atau siasat dari langkah-langkah suatu perusahaan mengungguli pesaing Anda. Dapat disimpulkan bahwa strategi tidak hanya diartikan hanya melakukan sesuatu yang lebih baik, lebih dari strategi itu untuk melakukan sesuatu yang lebih baru, lebih baik dan berbeda.(Irawan and Affan 2020)

Mengenai strategi perbaikan Melalui Ekspor IKM Indonesia memastikan akses mudah ke modal, IKM di pedesaan bisa menjadi fokus utama. Selain itu, berdasarkan penelitian literatur berupa pemberian kemudahan akses modal dapat dilakukan mengeluarkan pinjaman bank suku bunga rendah, melalui pemberian bantuan permodalan kompensasi keuntungan pedagang negara, dan pembentukan asosiasi atau Asosiasi IKM.(Wasan and Anita Sariningsih 2021) Namun, strategi pertumbuhan ekspor IKM Indonesia melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi berhasil kondisi yang mendukung proses produksi, penggunaan sistem dalam menyiapkan informasi akuntansi laporan keuangan, Menggunakan single nasional Indonesia Jendela untuk mempercepat proses ekspor, gunakan Aplikasi pencocokan pasar berbasis fuzzy mendukung pengambilan keputusan tentang tujuan dan jumlah juga dari ekspor. penggunaan kecerdasan buatan tampilan berbasis sumber daya memahami keunggulan kompetitif IKM. Lalu, soal strategi pertumbuhan ekspor IKM Indonesia melalui peningkatan infrastruktur, hal-hal yang harus difokuskan antara lain, perbaikan jalur transportasi juga di pedesaan. perbaikan jalan, jembatan dan pelabuhan. Namun, strategi pertumbuhan ekspor IKM Indonesia

dengan standarisasi produk dapat diterapkan dengan memberi Tanda Standar Nasional Indonesia (SNI). atau bahkan standar yang berlaku didirikan secara internasional Organisasi Internasional Standardisasi (ISO). Adanya standar tersebut menunjukkan yang dimiliki oleh produk yang dipasarkan kualitas terjamin. (Salam 2015).

### 2.3 PEMASARAN PRODUK

Pemasaran adalah strategi dalam mengkombinasikan dari kegiatan-kegiatan dalam marketing agar dapat tercipta kombinasi secara maksimal sehingga dapat memunculkan hasil yang memuaskan bagi para pelaku IKM, serta bauran pemasaran juga diperlukan guna mengetahui apakah produk yang telah dijual mampu untuk menjangkau permintaan pasar yang telah ditentukan, 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Sedangkan produk sendiri merupakan hasil dari suatu proses produksi dimana dilakukan oleh produsen atau perusahaan yang nantinya akan dijual kepada konsumen yang membutuhkan, atau bisa dikatakan juga bahwa produk merupakan suatu barang yang memiliki nilai tambah maupun nilai jual. Dikarenakan di abad 21 ini IKM semakin banyak menghadapi tantangan karena konsumen yang lebih teliti dan *picky* terhadap suatu produk dan mementingkan *high-quality* serta *lowcast*. Maka dari itu dalam pemasaran produk IKM terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman terlebih dalam hal daya saingnya terhadap IKM lainnya. Konsep keunggulan kompetitif dan kemungkinan penurunan harga bukanlah satu-satunya cara, tetapi harus diikuti oleh beberapa aspek strategis terkait lainnya, dan sesuai dengan produksi, konsumsi, struktur pasar, dan kondisi industri itu sendiri. Menurut Russell dan Millar (2014), terdapat lima komponen prioritas kompetitif untuk menghasilkan pemasaran produk IKM, yaitu biaya, kualitas, fleksibilitas, pengiriman dan inovasi.

- a. Biaya meliputi empat indikator yaitu produksi, produktivitas tenaga kerja, utilisasi kapasitas dan persediaan.
- b. Menurut Muhard (2007), kualitas meliputi indikator seperti penampilan produk, waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan. kepatuhan konsumen dan desain produk

- c. Waktu, termasuk lead time produksi, pengurangan lead time produksi dan waktu pengiriman produk.
- d. Fleksibilitas mencakup berbagai indikator seperti jenis produk, kecepatan adaptasi terhadap manfaat lingkungan.
- e. Inovasi dapat menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimprovisasi proses dan produk yang ada

Salah satu dampak dari era komersial saat ini produk dari setiap negara dapat dengan mudah berpindah ke negara lain tanpa terdapat kendala yang berarti, sehingga tingkat persaingan meningkat. Tidak ada persaingan hanya dengan produk impor, tetapi juga produk lokal yang serupa. Seperti contohnya di dalam IKM pangan atau kuliner, kualitas dan keamanan pangan adalah salah satu kunci kesembuhan daya saing produk. Globalisasi memaksa produsen untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk yang mereka hasilkan, mikro, kecil dan bisnis tidak terkecuali Makanan olahan untuk usaha menengah (MEME). di bidang pertanian. IKM secara umum masih kurang memperhatikan hal-hal penting mutu dan keamanan pangan. Ahli berpendapat bahwa sejauh ini ada empat masalah utama keamanan pangan, yaitu

- A. kontaminasi pangan dari kuman yang disebabkan oleh praktik kebersihan yang buruk dan kebersihan;
- B. kontaminasi makanan dengan bahan kimia berbahaya;
- C. penggunaan yang tidak benar (penyalahgunaan) bahan berbahaya yang dilarang digunakan dalam makanan;
- D. penggunaan melebihi batas jumlah lampiran maksimum yang diizinkan pangan (BTP) yang penggunaannya diatur dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Akar penyebab masalah adalah penerapan Good Manufacturing Practice yang lemah Praktek (GMP). Riset IKM keripik di Kota Blitar. mengamati hal itu Aspek GMP yang mengandung penyimpangan serius dan berpotensi berbahaya mutu keamanan produk meliputi peralatan sanitasi, personel dan label/deskripsi produk.

## 2.4 IKM

Definisi IKM mungkin berbeda dari satu negara ke negara lain karena berbagai alasan penting untuk didirikan menerapkan langkah-langkah dan program pendukung yang tepat Perkembangan dan kesuksesan IKM (Komisi Eropa, 2003). Banyak Peneliti mendefinisikan IKM sebagai rumpun usaha mikro, kecil, dan menengah, IKM sendiri merupakan entitas ekonomi yang sebenarnya “tahan banting” disegala kondisi. Pelaku IKM sendiri tidak terpengaruh dengan krisis global, apalagi hanya dengan naik turunnya permintaan. Dikarenakan segala bahan baku serta alatnya merupakan produk lokal juga, maka dari itu segala permintaan akan lebih mudah disajikan oleh pelaku IKM sendiri (Von Potobsky, 1992). Pengertian IKM di Indonesia diatur dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian memberikan landasan yang cukup kuat bagi terlaksananya pengembangan industri secara nasional, khususnya pemberdayaan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Pada pasal 72-76 undang-undang tersebut, mengamanatkan pada pemerintah, untuk melakukan pembangunan dan pemberdayaan IKM, guna mewujudkan IKM yang berdaya saing. Ini ditujukan pada pemerintah baik pusat dan daerah. (Maesaroh 2020)

Omset tahunan tertinggi adalah Rp 300 juta. Namun, bisnis kecil adalah bisnis ekonomi produktif mandiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan perusahaan atau anak perusahaannya memiliki, mengendalikan atau berpartisipasi baik secara langsung maupun tidak langsung perusahaan menengah atau besar. Bisnis yang tergolong usaha kecil adalah usaha yang kekayaan bersihnya lebih besar dari 50-500 juta rupiah dengan omset tahunan lebih dari 300 IDR juta menjadi Rp 2,5 miliar.(Hakim 2019) Namun, untuk perusahaan menengah definisinya hampir sama dengan aspirasi kecil Namun, kriteria untuk perusahaan menengah adalah kekayaan bersih yang berakhir 500-10 miliar rupiah dan omzet tahunan melebihi Rp 2,5 miliar menjadi Rp 50 miliar. Karena Oleh karena itu, definisi IKM dalam penelitian ini mengacu pada undang-undang nomor 3 tahun 2014.(Winarno et al. 2020)

Pengusaha Indonesia didominasi oleh sektor industri, khususnya bagi usaha mikro, kecil dan menengah (MEME) yang tidak berjalan kurang dari 50 (lima puluh) tahun, telah memberikan dampak positif bagi negara IKM memiliki peran dan kontribusinya dalam merekrut tenaga kerja terbesar meningkat menjadi 91,8 juta pekerja atau 97,3%. Berkontribusi pada layanan produk rumah Bruto (PDB) 2121,3 triliun rupiah atau 53,6%. Nilai investasi yang cukup besar yaitu Rp462,01 triliun atau 46,2%. Begitu juga dengan ekspor minyak dan gas mencapai Rp 142,8 triliun atau 20% untuk bertahan di era krisis ekonomi.(Afriyeni, Marlius, and Susanti 2023) Tetapi itu juga memiliki efek negatif pada masalah tersebut lingkungan, khususnya pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah industri penggunaan sumber daya alam yang tidak efisien. Dengan sumber daya yang semakin terbatas sumber daya alam, krisis energi dan penurunan daya dukung lingkungan. Persyaratan ini menjadi hambatan karena ruang IKM yang ada disubsidi lebih lanjut Pekerjaan pribadi dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah terkesan dangkal pemahaman, pengetahuan dan komitmen masyarakat dan pemerintah terhadap IKM keterampilan manajemen masih lemah, serta manajemen bisnis, manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan manajemen sumber daya manusia.

Itu penting Pernyataan Sudarso yang menyatakan bahwa masalah telah muncul Industri Kecil dan Menengah (IKM) pertama-tama mencakup sejumlah IKM produsen belum memikirkan perspektif pasar, kedua mereka tidak cukup mampu akses ke fungsi pasar, khususnya informasi pasar dan jaringan pasar, 3 jadi kebanyakan dari mereka hanya bekerja sebagai tukang. Ketiga, gambaran produk IKM kualitasnya masih kurang baik, sehingga sebagian besar konsumen masih belum yakin dengan kualitasnya produk IKM. Keempat, penerapan sistem mutu masih terbatas. Kelima, masih peluang co-marketing terbatas, sehingga IKM tidak dapat memproduksi di dalam negeri dalam jumlah banyak, begitu banyak pesanan selalu ditolak.(M. A. Dewi 2020)

Keenam, desain kemasannya masih ada sederhana Ketujuh, kesadaran penerapan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) masih ada. rendah dan IKM masih terpapar penggunaan bahan berbahaya/perlu ke lingkungan. Peluang dan masalah yang didapat menjadi hambatan, jika tidak segera untuk dianggap

serius. Salah satunya adalah pemahaman tentang produk ramah lingkungan atau yang disebut industri hijau (green industry) yang ada sekarang menjadi masalah besar (Hidayatulloh and Maulana 2021). Selain itu, ada tren pasar global yang mengarah ke semakin banyak produk ekologi (eco product). Kondisi ini merupakan kendala sekaligus peluang harus diantisipasi dan dimanfaatkan. Alasannya adalah liberalisasi perdagangan mengarah pada minimalisasi (atau bahkan penghapusan) tarif perdagangan, penegakan hukum Kebijakan nontarif ini antara lain meliputi penerapan standarisasi proses Keluaran dan produk ekologis, Renewable Energy Directive (RED), pembatasan ekspor produk Indonesia, terutama ke negara-negara Amerika dan Eropa. (Susena, Ratnawati, and Susanto 2019)

