

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Terdahulu

No	Judul	Hasil	Relevansi
1.	<p>- Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kebab Durian dan Rengginan Melalui Inovasi Produk di Desa Pasirsari Cikarang Selatan.</p> <p>- Muhamad Syahwildan, Muhamad Ekhsan. (2022)</p>	<p>Penemuan produk kebab durian, brand building, pengemasan produk, dan dukungan pemasaran merupakan contoh kegiatan pengembangan UMKM.</p> <p>Paket mika yang diberi stiker pada penutup mika merupakan salah satu dari dua paket yang dibuat oleh tim pengabdian Universitas Pelita Bangsa.</p> <p>Sederhananya, pengemasan adalah sarana untuk menyampaikan produk kepada pelanggan dalam keadaan yang paling menguntungkan dan menguntungkan. Di era globalisasi saat ini, pengemasan sangatlah penting karena selalu berkaitan dengan barang yang dikemas dan berfungsi sebagai nilai jual dan citra produk. Keingintahuan konsumen tergugah dengan kemasan yang menarik.</p>	<p>Persamaan : persamaan dengan kajian penulis adalah peneliti ini sama-sama menjelaskan tentang faktor pengembangan UMKM.</p> <p>Perbedaan : Perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, lebih berfokus pada strategi pengembangannya.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>Untuk membuat rengginang, nasi harus dibersihkan terlebih dahulu dan dimasak sebagian sebelum ditambahkan penyedap rasa, bumbu, dan jika diinginkan terasi. Setelah itu, rengginang dibentuk bulat-bulat sedang agar gorengannya tidak terlalu besar. Setelah dicetak, rengginang dianginkan di bawah sinar matahari. Proses ini memerlukan waktu satu atau dua hari untuk diselesaikan. Rengginang bisa dimasak hingga berubah warna menjadi kuning kecoklatan setelah dikeringkan. Tujuan dibuatnya Rengginang adalah untuk memberikan ide kepada masyarakat dan mendongkrak ekonomi kreatif warga Desa Pasir Sari sehingga mampu memproduksi barang-barang khas desa yang akan dilestarikan dan diperluas oleh warga Desa Pasir Sari. Desa. Karena renggin dengan rasa selain yang asli</p>	

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>saat ini tidak tersedia di Desa Pasir Sari, tim pengabdian Universitas Pelita Bangsa mengedukasi masyarakat setempat tentang kemungkinan menciptakan dan menyempurnakan rengginang dengan berbagai rasa yang baru dan tidak biasa. agar Desa Pasir Sari menjadi destinasi bagi para penikmat Rengginang kedepannya. Nama derek tersebut adalah.</p>	
	<p>-Strategi Pengembangan UMKM dan Koperasi dalam Meningkatkan Komunitas Ekspor Kopi Arabica di kabupaten Aceh Tengah - Ikhsan Fajri Zuliani, Zuliani (2022)</p>	<p>Artikel ini menyoroti sejumlah faktor strategis utama yang berdampak pada persaingan antara petani, UKM, dan koperasi di Aceh Tengah dan para pesaingnya. Faktor-faktor tersebut antara lain tantangan dalam memperoleh pembiayaan, stabilitas harga, prosedur operasional, biaya operasional, faktor terkait fasilitas dan infrastruktur, promosi penjualan dan periklanan, pilihan transportasi, kualitas layanan, dan kurangnya produk inovatif. Kedua,</p>	<p>Persamaan : persamaan dengan kajian penulis adalah penelitian ini sama-sama menjelaskan stretegi Pengembangan UMKM. Namun pengembangan ini dibantu koperasi dalam meningkatkan komunitas ekspor. Perbedaan : Perbedaan dengan yang dilakukan oleh penulis lebih fokus pada strategi pengembangan UMKM nya.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>terdapat permasalahan mendasar terkait keuangan dan tantangan yang dihadapi oleh petani, UKM, dan koperasi; Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga keuangan—baik bank maupun non-bank—perlu berperan aktif dalam mengatasi permasalahan ini. Permasalahan utama yang menurunkan kualitas output terhadap kepuasan eksportir Kopi Gayo adalah kesulitan keuangan yang dihadapi petani, UKM, dan koperasi.</p>	
	<p>-Strategi Pengembangan Diffrensiasi Produk Bagi Pelaku UMKM Tahu dan Tempe Untuk Ketahanan Pangan Pada Masa Pandemi Covid 19. - Ety Widawati, Andrik Gasti. (2021)</p>	<p>Menentukan fungsi teknik diferensiasi produk yang dikembangkan menjadi tujuan penelitian ini. Untuk memperoleh data penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, snowball sampling melalui wawancara, observasi, dan penelitian dokumenter. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa, ketika terjadi pandemi, pendekatan diversifikasi produk terbukti menjadi alat yang berguna</p>	<p>Persamaan : persamaan dengan kajian penulis adalah peneliti ini sama-sama menjelaskan strategi pengembangan namun pada masa ketahanan pangan pada masa pandemic covid 19.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>untuk meningkatkan keunggulan kompetitif produk keamanan pangan. (2012:211) Menurut Kotler dan Armstrong, fitur, kinerja, gaya, dan desain semuanya berkontribusi terhadap perbedaan produk. Temuan penelitian ini memberikan pengaruh yang baik terhadap perhatian pemerintah terhadap potensi daerah guna menghasilkan prospek usaha baru yang lebih menguntungkan dan produktif, sehingga meningkatkan masyarakat lokal sebagai subjek kewirausahaan. membentuk aliansi komersial Menurut Kartajaya (2004:128), kombinasi konteks, infrastruktur, dan konten yang diberikan kepada pelanggan adalah definisi umum dari pembedaan. Selain dianggap berbeda dari pelanggan, konsumen juga harus benar-benar berbeda dalam hal konteksnya— yaitu, cara bisnis menawarkan produk dan</p>	

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>layanannya—kontennya— yakni, apa yang diberikannya kepada pelanggan. infrastruktur atau "memungkinkan" (memungkinkan) pembedaan bisnis. Lebih lanjut, menurut Kartajaya, diferensiasi hanyalah upaya memadukan ketiga pilar diferensiasi semaksimal mungkin; agar benar-benar terdiferensiasi, infrastruktur perusahaan dan konteks penyediaannya harus tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Jadi, diferensiasi adalah bukti dan janji yang dibuat kepada pembeli yang direpresentasikan dalam posisi barang, merek, dan bisnis.</p>	
	<p>-Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) Di Kabupaten Langkat, Sumatra Utara (Studi</p>	<p>Besar kemungkinan untuk berkembangnya industri budidaya jamur tiram putih khususnya pada UMKM Rumah Jamur di Desa Arah Condong, Kecamatan Stabat Baru, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Untuk berkembang lebih cepat, UMKM Rumah Jamur</p>	<p>Persamaan : persamaan dengan kajian penulis adalah sama-sama membahas soal strategi pengembangan bedanya kasus ini mengembangkan usaha budidayah jamur tiram putih, perbedaan dengan pulis mengembangkan UMKM kebab.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
	<p>Kasus : UMKM Rumah Jamur).</p> <p>- Rahmawati, Rakha Satya Idsan, lis Purnamawati. (2022)</p>	<p>harus menerapkan taktik pengembangan perusahaan yang unggul. Empat jenis strategi yang berbeda—strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T—dapat digunakan di UMKM Rumah Jamur berdasarkan analisis SWOT kualitatif. Metode S-O dapat dilakukan dengan memantau tren dan sensitivitas harga jual, serta meningkatkan faktor sanitasi dan higienitas pada proses pemanenan. Pendekatan W-O dapat diterapkan dengan memanfaatkan teknik budidaya yang sesuai untuk meningkatkan produktivitas dan dengan mengedepankan keunggulan produk kepada konsumen melalui media promosi. Dengan menciptakan lingkungan tumbuh yang ideal dalam hal media tanam dan unsur lingkungan lainnya, metode S-T dapat digunakan untuk mengurangi bahaya. Sedangkan pendekatan W-T dapat dilakukan dengan</p>	

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>mengkaji dan mengendalikan kondisi lingkungan untuk pertumbuhan jamur tiram putih melalui pemanfaatan teknologi.</p>	
5.	<p>- Strategi Pengembangan Pasar Produk Inovasi UMKM Tauco Cookies Kabupaten Cianjur. - Siti Nurul Muna. (2022)</p>	<p>Berikut kelebihan dan kelemahan internal yang dimiliki UMKM Tauco Cookies di Kabupaten Cianjur: a. Kekuatan utama UMKM Tauco Cookies adalah rekan kerja harus saling menjaga, menghormati satu sama lain, menjalin hubungan yang langgeng dengan klien, dan menggunakan alat manajemen keuangan canggih seperti perangkat lunak Excel dan Pawoon (yang memiliki skor 0,278). B. Kelemahan mendasar UMKM Tauco Cookies antara lain permodalan yang rendah (0,370), produksi yang masih dilakukan dengan tangan (0,278), dan perusahaan belum mampu menarik pelanggan dengan memberikan diskon (0,133). Faktor eksternal yang</p>	<p>Persamaan : persamaan dengan kajian penulis adalah sma-sama membahas soal strategi pengembangan, namun peneliti ini membahas tentang bagaimana pengembangan pasar produk inovasi UMKM Tauco Cookies</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>menjadi peluang dan ancaman bagi UMKM Kue Tauco di Kabupaten Cianjur adalah sebagai berikut: a. Produk telah memiliki label halal dari LPPOM MUI (skor: 0,294); B. Pemanfaatan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pemasaran (skor: 0,272); C. Periode pertumbuhan ekonomi dan pendapatan konsumen sangat mudah mempengaruhi besarnya peningkatan penjualan UMKM Tauco Cookies (skor: 0,251). B. Dampak wabah COVID-19 terhadap penurunan penjualan (skor 0,267), dampak perubahan iklim yang berpotensi merugikan operasional UMKM (skor 0,198), dan pergeseran belanja konsumen menjadi ancaman terbesar bagi UMKM Tauco Cookies. Analisis pola menantang dengan skor 0,191.</p> <p>Rencana pengembangan pasar UMKM Tauco</p>	

No	Judul	Hasil	Relevansi
		<p>Cookies menunjukkan bahwa alternatif yang dipilih merupakan strategi prioritas dengan tiga prioritas dengan nilai tertinggi antara lain: dari hasil matriks QSP di atas.</p> <p>A. Bekerja sama dengan investor atau pihak lain untuk mendukung proses tersebut dapat memberikan bantuan proses pemasaran yang lebih luas. Nilai daya tarik keseluruhan teknik ini ditemukan sebesar 6,049.</p> <p>B. Meningkatkan kualitas produk dan menggunakan inovasi untuk menjangkau ceruk pasar baru yang berorientasi pada anak. Nilai daya tarik keseluruhan teknik ini adalah 5,985.</p> <p>C. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berkualitas sehingga mampu mengelola pemasaran konten. Dengan pendekatan ini diperoleh nilai daya tarik total 5,799.</p>	
	<p>- Analisis Strategi Pengembangan Usaha Wedang</p>	<p>Kualitas produk yang memiliki skor internal 0,43 menjadi keunggulan UMKM</p>	<p>Persamaan : persamaan dengankajian penulis adalah sama-sama membahas strategi</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
	<p data-bbox="240 255 485 786">Jahe Instan di Kabupaten Garut. - Rd. Putry Mentari Aeni, Tatang Mulyana, Muhamad Nu'man Adinasa. (2022)</p>	<p data-bbox="507 255 884 1998">Pengendalian administratif yang mempunyai skor internal sebesar 0,14 merupakan kelemahan perusahaan. Sebaliknya, pengembangan produk yang pesat merupakan aspek eksternal yang menghadirkan peluang. Internet dengan skor 0,68 dan faktor eksternal seperti persaingan dari produk lama dengan skor 0,24 merupakan ancaman. Perusahaan diposisikan pada sel V dengan strategi hold and watch sesuai data IE Matrix. Taktik lain yang dilakukan UMKM Jawaru adalah dengan meningkatkan aliansi dan memanfaatkan teknologi internet secara maksimal untuk meningkatkan cakupan pemasaran produk dan mendongkrak penjualan. volume (ST 1), meningkatkan standar pengelolaan keuangan, pelaksanaan, perencanaan, dan pengelolaan. Menjaga arus perdagangan dan</p>	<p data-bbox="906 255 1305 618">pengembangan, namun peneitih ini mengembangkan usaha wedang jahe instan jawaru yang berlokasi di kabupaten garut bedannya dengan penulis yang membahas UMKM kebab.</p>

No	Judul	Hasil	Relevansi
		kepercayaan terhadap mitra (ST 2), potensi peningkatan teknologi tenaga kerja dan produksi sebagai respons terhadap permintaan pasar (ST 3), pemilihan lokasi yang strategis untuk memaksimalkan aksesibilitas, dan perluasan infrastruktur transportasi untuk mendukung pemasaran dan operasional perusahaan ikhtiar (ST 4 tentang dukungan finansial bagi UKM (ST 8).	

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Strategi Pengembangan

Pengambilan keputusan strategis dan mewujudkan peluang pertumbuhan perusahaan tidak termasuk dalam tugas dan proses pengembangan bisnis. Sebaliknya, ini adalah proses menganalisis kemungkinan peluang pertumbuhan dan mendukung serta mengawasi pelaksanaannya. Menurut Anoraga 2007:66, pengembangan bisnis adalah tugas setiap pengusaha dan memerlukan visi, dorongan, dan daya cipta. Ada potensi yang sangat besar bagi usaha kecil untuk tumbuh menjadi usaha menengah atau bahkan raksasa jika semua pengusaha mampu mewujudkannya. Seseorang dapat memulai perjalanan kewirausahaannya dengan mendirikan bisnis, membentuk kemitraan, membeli bisnis yang sudah ada, atau menandatangani perjanjian waralaba. Namun Anda juga perlu mempertimbangkan arah yang diambil perusahaan. Oleh karena itu, agar suatu usaha dapat tumbuh dan berhasil, maka harus

dikembangkan agar dapat beroperasi secara optimal. Dukungan pengembangan usaha diperlukan dari berbagai bidang, antara lain pemasaran, sumber daya manusia, produksi dan pengolahan, teknologi, dan lain sebagainya. Pengembangan bisnis, menurut Glos, Steade, dan Lawry, adalah keseluruhan proses dimana individu dalam bisnis dan industri menyediakan barang dan jasa kepada konsumen dalam rangka menegakkan dan meningkatkan standar hidup mereka.

Kesimpulannya, pengembangan perusahaan adalah proses dan tugas yang melibatkan analisis kemungkinan prospek pertumbuhan, mendukungnya, dan mengawasi hasilnya. Hal ini tidak mencakup pembuatan keputusan-keputusan strategis dan mewujudkan peluang-peluang tersebut menjadi tindakan. Sementara itu, pengembangan bisnis adalah kata yang sering merujuk pada pembentukan dan penyelenggaraan aliansi strategis dan hubungan dengan pihak lain bagi perusahaan besar, khususnya di sektor teknologi industri.

A. Strategi Pengembangan Bisnis

Kata Rangkuti, 2009:4 Strategi adalah mekanisme yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi mengenai target jangka panjang, inisiatif tindak lanjut, dan alokasi sumber daya.

Rencana pengembangan usaha:

1. Perekonomian Skala Besar

Peningkatan jumlah tenaga kerja, teknologi, jalur distribusi, sektor usaha, dan produksi semuanya dapat membantu proses ini (Suryana, 2006: Hal ini dilakukan ketika peningkatan produksi atau perluasan usaha akan menghasilkan penghematan biaya jangka panjang dan realisasi skala ekonomi. Namun skala ekonomi tidak dapat diperluas karena biaya yang lebih tinggi jika peningkatan produksi menyebabkan peningkatan biaya produksi barang dan jasa yang telah mencapai tingkat efisiensi yang optimal terjadi ketika pertumbuhan atau output perusahaan menghasilkan penghematan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, jika suatu usaha

tidak menghasilkan keuntungan, pengusaha dapat mengembangkannya dengan memperluas cakupannya. Seorang wirausahawan dapat memperluas wawasan usahanya dengan mengembangkan perusahaannya jika terbukti tidak berhasil. Ketika output meningkat, biaya operasional turun, dan kurva pembelajaran, juga disebut kurva pengalaman, menggambarkan bagaimana biaya turun ketika volume kumulatif meningkat.

2. Tumbuhnya industri dalam bisnis Suryana (2006) hal. 156 Hal ini dapat dicapai melalui diversifikasi organisasi, penggunaan teknologi baru, dan penciptaan barang dan jasa baru yang berbeda dari yang ditawarkan saat ini. Misalnya, usaha yang menyediakan jasa transportasi perkotaan dan jasa pendidikan diperluas hingga mencakup bus wisata dan jasa pendidikan. Karena biaya produksi bersama dari produksi bersama dua atau lebih jenis produk lebih kecil dari jumlah keluaran produksi dan biaya produksi setiap produk jika diproduksi secara terpisah, maka ruang lingkup kegiatan ekonomi dapat dipahami sebagai diversifikasi kegiatan ekonomi. Jika pemilik bisnis mempunyai cukup uang, mereka dapat mengembangkan usahanya. Sedangkan kegiatan usaha yang tidak ekonomis dapat diartikan sebagai diversifikasi kegiatan usaha yang tidak ekonomis, dimana total biaya produksi dua jenis barang atau lebih secara bersama-sama melebihi total biaya produksi masing-masing jenis secara terpisah. produk secara mandiri. Apabila pengusaha mempunyai kemampuan usaha dan uang yang cukup, maka pengusaha dapat melakukan kerjasama dengan badan usaha lain melalui usaha patungan atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan guna meningkatkan skala atau jangkauan ekonomi.

B. Elemen-elemen yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan Agar usaha kecil dan menengah tetap kompetitif, keadaan mereka saat ini harus didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan mereka tinggi. Kemampuan sumber daya manusia dalam menghasilkan barang yang berkualitas, serta aspek harga, desain, dan lingkungan sekitar yang mendorong persaingan sengit antar usaha kecil dan menengah menjadi penentu daya saing.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, usaha kecil dan menengah di Provinsi Sumatera Utara menghadapi persaingan dengan semakin banyaknya barang internasional karena kualitasnya yang tinggi, harga yang terjangkau, dan model yang disukai, termasuk pakaian, baik baru maupun bekas, yang merupakan produk unggulan. Semakin menarik perhatian masyarakat. Agar UKM dapat menciptakan bahan-bahan penting, kapasitas mereka harus ditingkatkan untuk menyeimbangkan barang-barang tersebut. Karena kualitas, desain, efisiensi, dan harga barang yang terjangkau bagi masyarakat umum merupakan kebutuhan globalisasi. Irfan Syauqi Beik (2016:132) menyatakan bahwa unsur-unsur berikut mempengaruhi bagaimana suatu perusahaan berkembang: dari aspek internal dan eksternal, meliputi:

- (1) kapasitas untuk memproduksi barang-barang berkualitas tinggi;
- (2) volume penjualan;
- (3) biaya;
- (4) modal usaha;
- (5) persiapan;
- (6) daya saing; dan
- (7) kemampuan untuk memilih jenis usaha. Ukuran pasar dan diversifikasi produk cenderung mempunyai dampak yang lebih besar dibandingkan pembatasan impor, harga bahan baku, biaya transportasi, jumlah pembeli, biaya produksi, dan teknologi peralatan.

C. Indikator Perkembangan Usaha Putri dkk (2016) Berikut beberapa metrik yang menentukan perkembangan usaha:

1. Dorongan untuk terus belajar dan mengembangkan diri merupakan motivasi yang sangat penting bagi wirausahawan, begitu pula keinginan untuk mengubah keadaannya.

2. Prospek Peluang Pengembangan atau peluang pengembangan dibandingkan dengan ketekunan UKM dan pengusaha mikro dalam membangun perusahaannya. 3. Dunia usaha harus mendirikan usaha baru atau membeli usaha yang sudah ada untuk menilai sejauh mana tuntutan pelatihan eksternal dapat dipenuhi. Mereka juga harus berkolaborasi dengan manajemen dalam hal ini. Meskipun setiap orang memiliki tuntutan berbeda dalam hal pengembangan, peluncuran perusahaan baru memerlukan berbagai kemampuan, termasuk pemasaran dan keuangan.

2.2.2 Umkm

A. Menurut Tambunan (2012) UMKM adalah perusahaan produksi mandiri yang beroperasi di semua sektor ekonomi, dijalankan oleh individu atau divisi perusahaan. Undang-undang UKM Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengatur apa yang dimaksud dengan UKM. Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan penopang perekonomian negara. Karena siapapun bisa menaungi UMKM ini tanpa modal yang besar, siapapun yang ingin melakukan hal tersebut bisa membantu dengan melibatkan tenaga kerja—khususnya para pelaku usaha itu sendiri—sehingga berdampak pada pendapatan masyarakat dan meningkatkan kondisi kehidupan dengan menurunkan tingkat pengangguran saat ini.

Usaha mikro adalah perusahaan menguntungkan yang dimiliki oleh pengusaha swasta dan/atau perseorangan yang memenuhi persyaratan usaha mikro, sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Karena usaha mikro mempunyai beberapa keistimewaan yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro. Bank dapat mempertimbangkan untuk menargetkan sektor pasar ini untuk meningkatkan peran intermediasinya. Keunggulan tersebut antara lain:

1. Perusahaan memiliki tingkat perputaran (delete) yang tinggi, kemampuan menarik pendanaan yang tinggi, dan mampu tumbuh meski dalam kondisi perekonomian yang terpuruk.
2. Tidak terpengaruh oleh suku bunga.

3. Berkembang meskipun terjadi krisis ekonomi.

4. Ia adalah orang yang jujur, pekerja keras, naif, dan mampu mengambil arahan bila diberi bimbingan yang tepat. B. Bank Indonesia mendefinisikan usaha kecil dan menengah sebagai perusahaan industri yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

a. Investasi pertama di bawah Rp 20 juta.

b. Anda cukup membutuhkan Rp 5 juta untuk satu kali putaran bisnis.

c. Rumah dan tanah yang ditempati tidak termasuk dalam total kekayaan perusahaan atau perorangan sampai dengan Rp 600 juta.

C. Berikut ini adalah persyaratan untuk UKM, menurut Statistik Finlandia:

Perusahaan mikro: 1–4 pekerja
Perusahaan kecil: 5–19 pekerja
Bisnis skala menengah dengan 20–99 pekerja.
Lebih dari 99 karyawan membentuk sebuah perusahaan besar.

2.2.3 Kebab

Kata Arab kabab, yang awalnya berarti daging goreng, bukan daging panggang atau panggang, adalah asal mula nama "kebab". "Panggang, panggang" adalah arti dari kata Akkadia kabābu, yang kemungkinan besar merupakan sumber dari istilah Aram כַּבָּבָּה kabbābā. Pada abad keempat belas, kebab mulai dikaitkan dengan tabahajah, yaitu bahasa Persia untuk potongan daging goreng. Karya sastra Turki sering menyebut bakso yang terbuat dari ayam atau domba sebagai "kebab". Selain itu, Wikipedia bahasa Indonesia menyebutkan bahwa kata "kebab baru" mengacu pada makanan yang dibuat dengan daging panggang (shish kebab) yang berasal dari zaman Kesultanan Ottoman. Namun, ada istilah yang lebih tua untuk daging panggang yaitu "shiwa"} (ءاوش).

Meskipun demikian, kebab masih digunakan dalam banyak resep, termasuk semur seperti Turu, sesuai dengan definisi sejarahnya. tas kebab, atau kebab seukuran mangkuk. Halla kebab adalah sup daging sapi dan bawang bombay yang ditemukan dalam masakan Mesir.

Kebab terkenal di negara asalnya sejak tahun 1301 hingga Kesultanan Utsmaniyah berdiri pada tahun 1922. Namanya kebab shashlik. Dalam bahasa Turki, shish berarti pedang dan kebab berarti daging. secara formal sama dengan menu satai yang terdapat di Indonesia. Kebab juga mengubah menu ini karena dia "menjelajahi" kawasan Yunani. Komposisi Shashlak tidak hanya daging dari domba atau kambing.

Orang Yunani menyajikannya dengan paprika panggang, tomat, dan bawang bombay bersama dagingnya. Popularitas alat pemanggang daging berputar dan vertikal yang menjadi ciri proses memasak menjadi salah satu faktor yang membuat kata Turki melekat pada menu kebab Turki. Kadir Nurman, seorang buruh migran asal Turki, pertama kali membuat pemanggang roti ini di Berlin pada tahun 1972. Hidangan kebab ini sebelumnya disajikan dengan nasi. Namun Nurman menginginkan menu ini hadir dalam format yang lebih portabel dan ringkas pada saat itu. Kemudian, sebagai pengganti nasi, dia membungkus daging dan sayuran dalam roti pipih berbentuk lingkaran besar. Mungkin saja lebih banyak orang daripada hanya Kadir Nurman yang menyatakan bahwa merekalah penemu panggangan doner. Nevzat Salim adalah individu lain dari Turki. Ia menceritakan, pada tahun 1969, ia telah membuat doner grill. Selain itu, Mehmed Aygun mengakui keberhasilannya pada tahun 1971.

"Kabab" adalah kata Arab untuk daging goreng, atau "kebab". Di Iran, potongan daging sapi goreng disebut dengan kata ini. Hidangan lain dari Mesir adalah kebab halla, kaldu sapi dengan tambahan bawang bombay. Kebab mula-mula digoreng dan akhirnya beralih ke memanggang. Hal ini juga menyesuaikan dengan budaya dan tradisi bangsa lain. Kebab kini dibuat menggunakan daging sapi, ayam, ikan, dan kerang selain kambing dan domba. Kebab tertentu digulung menjadi tabung kedap udara atau dilipat seperti roti. Ada berbagai macam pilihan daging di dalam roti, termasuk daging giling yang berbentuk patty dan hamburger.

2.3 Landasan Teori

Sebagai suatu sistem di mana semua komponen struktur sosial—masing-masing mempunyai “fungsi” yang berbeda namun terkait—diintegrasikan ke dalam keseluruhan, konsensus dan tatanan sosial terbentuk, dan semua komponen berkomunikasi satu sama lain. . Yang lain “beradaptasi” dengan perubahan masyarakat yang terjadi baik secara internal maupun eksternal. Menurut teori fungsionalisme struktural, masyarakat merupakan suatu sistem terpadu yang berfungsi dengan cara tertentu. Menurut Talcott Parsons, pemenuhan nilai-nilai dan adaptasi lingkungan—yang berdampak pada hasil fungsionalitas—merupakan persyaratan fungsional sistem sosial yang dianalisis, baik dari segi struktur maupun fungsi sosial. kriteria (Dewi, 2009) Penting untuk dipahami bahwa fungsi-fungsi tertentu, seperti kemampuan beradaptasi, pencapaian tujuan, integrasi, dan keadaan laten, diperlukan agar suatu sistem dapat beroperasi secara berkelanjutan. Setiap sistem yang digunakan saat ini harus memenuhi empat persyaratan fungsional penting ini. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, keempat peran ini telah tertanam kuat dalam semua aspek kehidupan, terlepas dari tahap evolusi suatu organisme. Penting untuk diingat bahwa meskipun Talcott Parsons pada awalnya berkeinginan untuk mengembangkan teori besar, hasil akhirnya adalah tren yang tidak ia inginkan.

Hal ini merupakan hasil dari perkembangan dan penemuan baru yang berkaitan dengan hubungan manusia, yaitu modifikasi perilaku dan penyesuaian terhadap prinsip keseimbangan dinamis yang mendasari teori sistem umum sibernetika. Dalam hal ini, dikemukakan bahwa empat proses perubahan struktural—yaitu pembaruan, yang mendorong pembangunan—terlibat dalam evolusi masyarakat. Untuk mengevaluasi proses perubahan ini, Talcott Parsons mengintegrasikannya dengan empat kondisi fungsional yang disebutkan sebelumnya.

Pemikiran Talcott Parsons empat persyaratan fungsional yaitu tentang AGIL. (Jakarta: CV Rajawali, 1992) :

1. Adaptasi, atau perlunya suatu sistem untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan menghadapi keadaan eksternal yang menantang. Agar kita sebagai masyarakat dapat melindungi diri kita sendiri, kita juga harus mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar kita dan menyesuaikan lingkungan kita dengan diri kita sendiri. Adaptasi mencakup tindakan yang diambil untuk melestarikan (mengamankan) sumber daya lingkungan yang ada dan kemudian menyebarkannya melalui sistem yang ada saat ini. Agar sistem dapat berfungsi dengan baik, setiap masyarakat harus mampu mengerahkan segala sumber daya yang ada di lingkungannya.

2. Suatu sistem harus mengidentifikasi dan mencapai tujuan utamanya agar dapat mencapai pencapaian tujuan (achieving of goal). Menetapkan prioritas di antara sasaran sistem saat ini dan kemudian mengerahkan sumber daya sistem untuk memenuhi sasaran tersebut berkaitan dengan pencapaian sasaran. Dimana sistem ini perlu berupaya untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan dengan matang sejak awal. Pencapaian tujuan berfungsi untuk mengoptimalkan kapasitas masyarakat untuk memenuhi tujuan kolektifnya.

3. Integrasi I (integrasi), yaitu pengaturan hubungan antar bagian-bagian yang membentuk sistem, serta koordinasi dan pemeliharaan hubungan antar unit-unit sistem yang ada. Hubungan antar fungsi lainnya (A, G, dan L) juga harus diatur oleh sistem. Padahal hubungan-hubungan tersebut perlu dikelola oleh sistem ini semaksimal mungkin, agar sistem dapat berfungsi dengan baik.

4. Latensi (pemeliharaan pola), yang mengacu pada kebutuhan sistem untuk melestarikan, menjunjung tinggi, dan memperbaiki baik pola budaya yang menimbulkan dan mendukung impuls individu maupun motivasi itu sendiri. Pemeliharaan pola dan manajemen ketegangan adalah dua masalah terkait yang terkait dengan latensi. Upaya untuk membujuk para pelaku sistem agar menunjukkan ciri-ciri yang tepat—motivasi, persyaratan, dan peran—

dikaitkan dengan pemeliharaan pola. Sementara itu, baik ketegangan internal sistem maupun ketegangan aktor dalam sistem sama-sama berkaitan dengan manajemen ketegangan.

Parson memperkenalkan sistem tindakan dengan rencana AGIL-nya. Menurut Parsons, suatu tindakan memiliki empat karakteristik berbeda: adaptasi, pencapaian tujuan, integrasi, dan latensi. Hanya jika sistem tindakan memenuhi keempat persyaratan ini maka sistem tindakan tersebut akan tetap dapat berjalan. Parson melihat aktor berorientasi pada peristiwa dalam kaitannya dengan motivasi dan nilai dalam karyanya berikutnya, *The Social System*. Ada berbagai gaya motivasi, seperti evaluatif, chatektik, dan kognitif. Struktur sosial ini juga merupakan hasil dari nilai-nilai, seperti nilai moral, kognitif, dan apresiatif. Parson sendiri menyebutnya sebagai "cara orientasi". Sebagai hasil perpaduan berbagai nilai dan motivasi yang dimiliki seorang aktor, maka satuan tindakan melibatkan motivasi dan orientasi nilai serta mempunyai tujuan yang luas. Dewi (2009)

Suatu sistem sosial umumnya terdiri dari aktor, interaksi, lingkungan sekitar, maksimalisasi kepuasan, dan budaya. Selain itu terdapat subsistem seperti kebutuhan beradaptasi dengan lingkungan organik-fisik, keinginan mengembangkan makna simbolik, kebutuhan pemenuhan psikologis, dan keinginan menjalin hubungan dengan manusia lain. (Kepiting Lan, 1992)