

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Fasilitasi

2.1.1 Definisi fasilitasi

Fasilitasi (dari kata *Facile*, Bahasa Perancis dan *Facilis*, Bahasa Latin) artinya mempermudah (*to facilitate = to make easy*). Dalam beberapa definisi dikatakan bahwa mempermudah adalah membebaskan kesulitan dan hambatan, membuatnya menjadi mudah, mengurangi pekerjaan, membantu.

Fasilitasi adalah tentang proses, bagaimana anda melakukan sesuatu, ketimbang isinya, apa yang Anda lakukan. Fasilitator adalah pemandu proses, seseorang yang membuat sebuah proses lebih mudah atau lebih yakin untuk menggunakannya" (Hunter et al, 1993).

Panggabean (1999) menyatakan bahwa fasilitasi dan fasilitator punya dimensi luas sekali, fasilitasi berasal dari kata *facilis* (Perancis) yang berarti “memudahkan”, sehingga fasilitator adalah aktor yang punya peran memudahkan. “Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha, dapat berupa benda-benda maupun uang” (Arianto, 2012).

Fasilitasi adalah segala suatu yang menjadi sarana pendukung dalam berbagai aktivitas untuk mempermudah kegiatan pada proses kewirausahaan produk unggulan Usaha Kecil Menengah atau UKM di Kabupaten Kebumen dan memberikan peluang kepada pelaku UKM untuk memasarkan produknya,

mendampingi dan memberikan arahan kepada pelaku UKM (Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen).

2.1.2 Fungsi fasilitasi

Fungsi Fasilitasi yaitu untuk mempermudah aktivitas dalam proses kewirausahaan produk unggulan UKM agar dapat dikembangkan, sehingga produk-produk yang ada di Kabupaten Kebumen dikenal oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri serta untuk memberikan kemudahan, dorongan dan memberikan motivasi kepada pelaku UKM agar mampu memasarkan produknya dan mampu membaca peluang usaha dan peluang pasar. sebagai contoh yaitu DISPERINDAG pada bidang pengembangan perdagangan memfasilitasi sebuah tempat atau stand pameran untuk para pelaku UKM untuk mengenalkan produknya dengan display produk yang menarik dihadapan para pengunjung pameran tersebut (Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen).

Tujuan Fasilitasi dalam pembinaan pada UMKM :

1. Upaya mempermudah penggalan potensi, masalah, gagasan dalam rangka pemecahan masalah.
2. Terciptanya kemandirian UMKM dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

3. Memberikan pengetahuan dan kelayakan dalam mengelola usaha mereka, sehingga diharapkan akan meningkatkan kualitas produk dan produktifitasnya.
4. Menjembatani UMKM dalam rangka mengenalkan produk mereka kepada masyarakat.

2.2 Pembinaan

2.2.1 Pengertian pembinaan

Menurut Miftha Thoha (2010) Pembinaan adalah Suatu tindakan, proses, hasil, atau pernyataan yang lebih baik. Dalam hal ini menunjukkan adanya kemajuan, peningkatan pertumbuhan , evolusi atas berbagai kemungkinan, berkembang atau peningkatan atas sesuatu.

Ada dua unsur dari definisi pembinaan yaitu:

1. Pembinaan itu bisa berupa suatu tindakan, proses, atau pernyataan tujuan, dan
2. Pembinaan bisa menunjukan kepada perbaikan atas sesuatu.

Menurut Ivancevich (2008:46) pembinaan adalah sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kinerja pegawai dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain yang akan dijabatnya segera. Pembinaan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, proses ini terkait dengan berbagai tujuan organisasi, pembinaan dapat dipandang secara sempit maupun luas (Mathis 2002;112).

Pengertian Pembinaan Menurut Psikologi Pembinaan dapat diartikan sebagai upaya memelihara dan membawa suatu keadaan yang seharusnya terjadi atau menjaga keadaan sebagaimana seharusnya. Dalam manajemen pendidikan luar sekolah, pembinaan dilakukan dengan maksud agar kegiatan atau program yang sedang dilaksanakan selalu sesuai dengan rencana atau tidak menyimpang dari hal yang telah direncanakan.

Untuk kesimpulannya pembinaan adalah sebuah proses sistematis untuk mengubah perilaku kerja seorang/sekelompok pegawai dalam usaha meningkatkan kinerja organisasi. Pembinaan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang sekarang dilakukan. Pembinaan berorientasi ke masa sekarang dan membantu pegawai untuk menguasai keterampilan dan kemampuan yang spesifik untuk berhasil dalam pekerjaannya.

2.2.2 Fungsi pembinaan

Pembinaan berasal dari kata "bina" yang berarti sama dengan "bangun", jadi pembinaan dapat diartikan sebagai kegunaan yaitu: merubah sesuatu sehingga menjadi baru yang memiliki nilai-nilai yang tinggi. Pembinaan juga mengandung makna sebagai pembaharuan, yaitu: melakukan usaha-usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan dan menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat (Pamudji, 1985).

Hidayat (1979) menyatakan bahwa pembinaan merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan sadar, terencana, teratur, dan terarah untuk meningkatkan sikap dan keterampilan anak didik dengan tindakantindakan, pengarahan, pembimbingan, pengembangan dan stimulasi dan pengawasan untuk mencapai suatu tujuan.

Tangdilintin (2008) menyatakan bahwa pembinaan akan menjadi suatu “empowerment” atau pemberdayaan dengan maksud:

1. Menyadarkan dan membebaskan
2. Memekarkan potensi dan membangun kepercayaan diri
3. Menumbuhkan kesadaran kritis, konstruksi dan bertanggungjawab
4. Mendorong mereka untuk berperan sosial-aktif

2.3 Pemasaran

2.3.1 Definisi pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2008) yaitu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan

konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu Deliyanti (2012).

Assauri (2010) menyatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

2.3.2 Fungsi pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran menurut Deliyanti (2012), yaitu:

a) Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

b) Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

c) Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik.

Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan resiko, pembiayaan, pencairan informasi serta standarisasi dan penggolongan (*klarifikasi*) produk.

2.4 Industri kecil dan menengah (UMKM)

Secara sederhana dalam kamus besar ekonomi (Sigit Winarno dan Sujana Ismaya, 2007: 252) dijelaskan bahwa definisi industri adalah kegiatan ekonomi dengan memproses atau mengolah bahan-bahan atau barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, seperti mesin, untuk menghasilkan barang (jadi) atau jasa.

Ardyla Nugroho (2006:15) menyatakan industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan barang mentah atau barang setengah jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Secara umum definisi mengenai industry bermacam-macam namun pada dasarnya pengertiannya tidak jauh berbeda satu sama lainnya.

Menurut Dwi Winarno (2008), ada beberapa faktor penghambat berkembangnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) antara lain kurangnya modal dan kemampuan manajerial yang rendah. Meskipun permintaan atas usaha mereka meningkat karena terkendala dana maka sering kali tidak bisa untuk memenuhi permintaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang tata cara mendapatkan dana dan keterbatasan kemampuan dalam membuat usulan untuk

mendapatkan dana. Kebanyakan usaha skala kecil dalam menjalankan usaha tanpa adanya perencanaan, pengendalian maupun juga evaluasi kegiatan usaha.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012).

UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008, yaitu :

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang.
- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Klasifikasi usaha mikro, kecil dan menengah dapat dilihat pada table 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No.20/2008

Ukuran usaha	Asset	Omset
Usaha mikro	Minimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
Usaha kecil	>50 Juta – 500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha menengah	>500 Juta – 10 Miliar	>2,5 – 50 Miliar

Sumber: UU No.20/2008

Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)