

**ANALISIS FAKTOR PENGHAMBAT PENGEMBANGAN PRODUK PADA  
UMKM EMPING MELINJO DI DESA TUK  
KECAMATAN KEDAWUNG KABUPATEN CIREBON**

**ANALYSIS OF OBSTACLE FACTORS PRODUCT DEVELOPMENT UMKM  
EMPING MELINJO IN TUK  
VILLAGE KEDAWUNG DISTRICT CIREBON**

**Shinta Mutiara Budiman<sup>1)</sup> Sisca Eka Fitria<sup>2)</sup>**

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

<sup>1)</sup> [shintamutiara@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:shintamutiara@student.telkomuniversity.ac.id) <sup>2)</sup> [siscaef@telkomuniversity.ac.id](mailto:siscaef@telkomuniversity.ac.id)

---

**Abstrak**

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Cirebon tahun 2016, industri makanan merupakan sub sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, baik industri kecil maupun industri rumah tangga. Sedangkan menurut data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon, emping melinjo merupakan komoditi unggulan Kabupaten Cirebon. Salah satu industri makanan yang ada di Kabupaten Cirebon yang dapat dikembangkan dan memiliki potensi adalah UKM Emping Melinjo. Selain memiliki potensi dalam meningkatkan nilai jual serta penyerapan tenaga kerja, industri makanan emping melinjo memerlukan pengembangan agar dapat memberikan detail terperinci akan ukuran pasar, segmentasi dan pangsa pasar. Mengingat, permasalahan dan keterbatasan sumber daya, baik terkait sumber daya modal, tenaga ahli maupun sumber daya peralatan yang dimiliki pengusaha emping melinjo di Desa Tuk Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat pengembangan usaha emping melinjo di Desa Tuk. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 52 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis faktor penghambat pengembangan produk dengan model *Principal Component Analisis* (PCA) untuk mencari banyak jumlah faktor yang terbentuk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 4 faktor penghambat direduksi menjadi dua faktor yang menghambat pengembangan produk usaha emping melinjo, yaitu: Faktor Pengembangan Ilmu Pengetahuan yang terdiri dari biaya dan harga pengembangan relatif tinggi, keterbatasan teknologi pendukung, keterbatasan sumber daya manusia dan kreativitas pengusaha merupakan faktor yang signifikan karena memiliki eigenvalues dan variasi yang sangat tinggi; Faktor Permintaan Pelanggan yang terdiri dari keterbatasan kebutuhan pelanggan dan keterbatasan biaya pengembangan merupakan faktor yang kurang signifikan karena memiliki eigenvalues dan variasi paling rendah.

**Kata Kunci:** Penghambat, Pengembangan Produk, Industri Makanan, UMKM

**Abstract**

*According to data from the Central Bureau of Statistics (BPS) of Cirebon Regency in 2016, the food industry is the most absorbing sub-sector of labor, both small and home industries. Meanwhile, according to data from the Department of Industry and Trade of Cirebon Regency, emping melinjo is the leading commodity of Cirebon Regency. One of the food industry in Cirebon Regency that can be developed and has potential is SME Emping Melinjo. In addition to having potential in increasing the selling value and employment, the emping melinjo food industry requires development in order to provide detailed detail*

*of market size, segmentation and market share. Given, the problems and limitations of resources, whether related to capital resources, experts and equipment resources owned emping melinjo entrepreneurs in the Village Tuk Kecamatan Kedawung Cirebon regency is still very limited.*

*This study aims to determine what factors are inhibiting the development of emping melinjo business in Tuk Village. Technique data collection using questionnaires given to 52 respondents. This study uses descriptive analysis method to find out the general description of the data obtained and factor analysis to look for factors inhibiting product development with Principal Component Analysis (PCA) model to find many number of factors formed. The results of this study indicate that the four inhibiting factors are reduced to two factors that inhibit the development of emping melinjo business products, namely: Science Development Factors consisting of relatively high cost and development price, the limitations of supporting technology, limited human resources and entrepreneurial creativity are factors which is significant because it has very high eigenvalues and variations; Customer Demand Factor consisting of customer's requirement hardship and limited development cost is a less significant factor because it has the lowest eigenvalues and variation.*

**Keywords:** *Barriers, Product Development, Food Industry, SMEs*

---

## 1. PENDAHULUAN

Sejak 2015 lalu, pemerintah menerbitkan paket kebijakan ekonomi untuk mendorong perekonomian nasional. Salah satu poin kebijakan tersebut ditujukan bagi pemberdayaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sejalan dengan hal tersebut, Rencana Kerja Pemerintah tahun 2016 mencantumkan upaya peningkatan daya saing UMKM termasuk dalam sasaran pembangunan dimensi pemerataan antar kelompok pendapatan. UMKM merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari besarnya penyerapan tenaga kerja oleh sektor UMKM. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2012 menyebutkan jumlah tenaga kerja di sektor UMKM sebesar 107,6 juta pekerja atau sekitar 97 persen dari jumlah pekerja di Indonesia. Sebagian besar tenaga kerja berada pada usaha Mikro yang mencapai 90 persen. Adapun persentase tenaga kerja pada usaha Kecil dan Menengah masing-masing mencapai 4 persen dan 3 persen.<sup>[1]</sup> Salah satu yang menjadi perhatian pemerintah adalah industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman (mamin) dinilai mampu menjadi instrumen yang berperan mendorong pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

UMKM industri makanan membutuhkan pengembangan. UMKM yang inovatif adalah yang mengidentifikasi, menafsirkan serta menerapkan pengetahuan secara efektif dan sesuai. Aspek-aspek pengembangan juga perlu diterapkan pada UMKM di Indonesia, agar dapat menghadapi persaingan di era globalisasi dan pasar bebas ini. Pengembangan harus diterima dan dijadikan peluang untuk menjadi lebih baik. Pengembangan usaha adalah faktor penting dalam usaha modern karena akan meningkatkan keunggulan kompetitif, termasuk pengusaha industri makanan emping melinjo di Desa Tuk, Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon. Namun, sekarang ini terdapat masalah yang muncul terhadap pengusaha emping melinjo di Desa Tuk, diantaranya adalah keterbatasan bahan baku melinjo yang mengalami kelangkaan, sehingga bahan baku didatangkan dari daerah Banten sehingga mempengaruhi pendapatan pengusaha Emping Melinjo, khususnya pengusaha kecil menengah mengalami penurunan produksi; Keterbatasan modal usaha menyebabkan tingkat produktivitas emping melinjo

mengalami penurunan; Keterbatasan sarana dan prasarana penunjang produksi; serta ketersediaan tenaga kerja yang kurang terampil.

Selain memiliki potensi dalam meningkatkan nilai jual serta penyerapan tenaga kerja, industri makanan emping melinjo memerlukan pengembangan agar dapat memberikan detail terperinci akan ukuran pasar, segmentasi dan pangsa pasar. Mengingat, permasalahan dan keterbatasan sumber daya, baik terkait sumber daya modal, tenaga ahli maupun sumber daya peralatan yang dimiliki pengusaha emping melinjo di Desa Tuk Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon masih sangat terbatas.

Berdasarkan hambatan-hambatan tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada faktor-faktor yang menghamat pengembangan produksi emping melinjo di Desa Tuk. Selain itu, dengan mengetahui hambatan-hambatan dalam pengembangan produk emping melinjo akan memberikan gambaran bagi pengusaha emping melinjo di Desa Tuk untuk dapat mengembangkan unit produksinya, baik secara kualitas maupun kuantitas produksi.

## **2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI**

### **2.1. Dasar Teori**

#### **2.1.1. Kewirausahaan**

Hakekat tentang kewirausahaan yaitu usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan.<sup>[2]</sup>

#### **2.1.2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan Pasal 6 beserta penjelasannya, UU No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, kriteria UMKM adalah sebagai berikut.<sup>[3]</sup>

##### **1) Usaha Mikro**

Merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah).

##### **2) Kriteria Usaha Kecil**

Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan 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 . Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000.- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp2.500.000.000.- (dua milyar lima ratus juta rupiah)

##### **3) Kriteria Usaha Menengah**

Merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung, maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan memiliki jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000.- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000.- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil

penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp50.000.000.000.-(lima puluh milyar rupiah).

### 2.1.3. Pengembangan Produk

Terdapat tiga atribut yang menempel pada pengembangan produk, yaitu:<sup>[4]</sup>

#### 1. Fitur Produk

Varian produk dapat dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Fitur dari sebuah produk merupakan modal sebuah produk agar dapat bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen. Yang dimaksud dari fitur sebuah produk ialah sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Karakteristik yang melekat dengan sempurna pada sebuah produk merupakan hasil dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus.

#### 2. Desain dan Rancangan Produk

Desain produk merupakan cara lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata konsumen. Desain adalah cara atau konsep yang mampu mewakili dan menggambarkan sebuah produk. Desain tidak hanya memiliki kontribusi terhadap penampilan namun juga terhadap kegunaan produk. Sebuah produk di desain dengan tujuan agar dapat menarik perhatian konsumen, dapat pula sebagai sebuah strategi untuk memotong biaya produksi serta memberikan keunggulan bersaing.

#### 3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud di antaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan. Disisi lain kehandalan merupakan konsistensi dari kinerja yang dihasilkan atas produk tersebut di setiap pembeliannya. Dengan kata lain, sebuah produk yang berkualitas merupakan produk yang terbebas dari kecacatan, memiliki kesesuaian kinerja dan konsistensi kemampuan yang sesuai dengan fungsinya.

### 2.1.4. Hambatan Pengembangan Produk

Masalah yang menghambat pengembangan produk untuk berhasil dipasar, yaitu<sup>[5]</sup>:

#### 1. Tingkat Harga – Laba

Untuk perusahaan di negara berkembang diklasifikasikan sebagai kelas menengah, dengan kelas cenderung untuk menjadi kecil. Untuk perusahaan seperti itu memerlukan biaya besar atau investasi untuk R & D dan pengembangan produk yang menghasilkan berbagai inovasi produk / jasa. Ketika perusahaan mencoba untuk memperkenalkan produk-produk inovatif mereka cenderung mempertahankan sebagian besar fitur dari produk yang terdahulu. Sementara melayani pelanggan dengan minimal sekali dari pendapatan. Dengan kondisi lokal seperti ini harus meningkatkan biaya agar dapat menyusut ke pasar yang lebih lanjut.

#### 2. Teknologi

Teknologi disini yang dibicarakan adalah basis teknologi suara ilmunan yang terlatih atau orang yang ahli di bidangnya. Ketika tidak adanya hal tersebut maka proses pengembangan produk akan tertunda. Untuk perusahaan berkembang sangat sulit dalam investasi modal bentuk manusia dan teknologi.

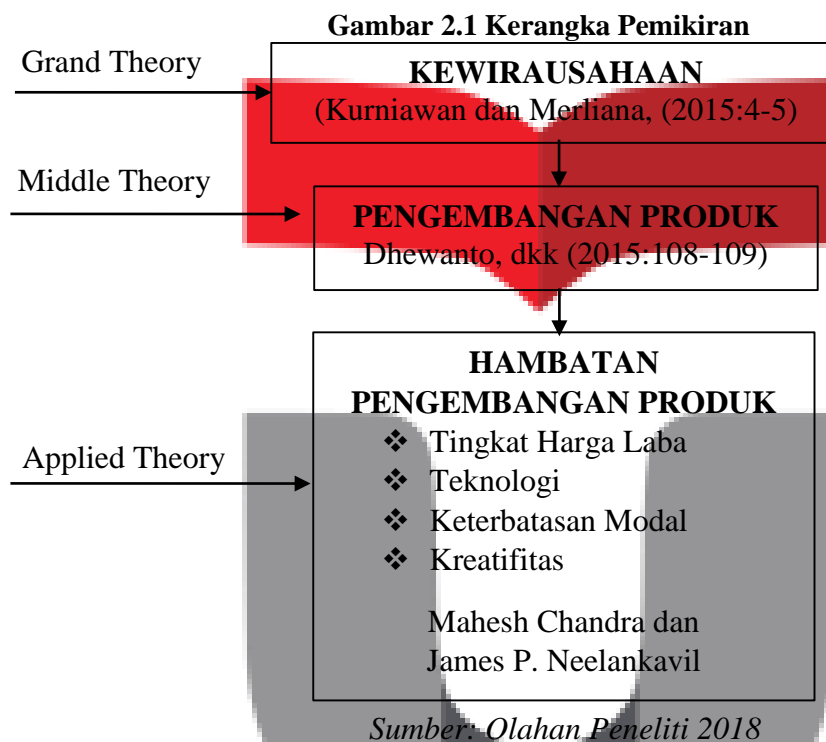
#### 3. Keterbatasan modal

Modal menjadi masalah kebanyakan di Negara berkembang yang biasanya tersedia diperuntukan bagi pembangunan ekonomi bukan untuk barang dan jasa. Kesulitan pada tahap investasi di penelitian atau pengembangan produk itu adalah kurangnya modal.

#### 4. Kreativitas

Kreativitas dalam pengembangan produk baru dapat didekati dalam beberapa cara yang berbeda karena proses pengembangan produk baru adalah kompleks, memakan waktu dengan harga yang sangat rendah keberhasilan. Banyak perusahaan melakukan pengembangan produk baru karena menawarkan keunggulan kompetitif yang menghasilkan keuntungan. Ide baik dan kreatif didapatkan dari proses screening dan brainstorming. Banyak perusahaan melakukan prosedur itu untuk mengembangkan produk baru.

## 2.2. Kerangka Pemikiran



## 2.3. Metodologi Penelitian

### 2.3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

### 2.3.2. Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan studi populasi. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha/pengrajin emping melinjo di Desa Tuk Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon. Dengan kata lain sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan populasi. Maka jumlah sampel adalah sama dengan jumlah populasi, yaitu 52 pengusaha/pengrajin emping melinjo.

### 2.3.3. Sumber dan Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari data hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden secara langsung. Penyebaran dan pengumpulan data kuisioner dibagikan langsung oleh peneliti kepada pengusaha emping melinjo yang berada di Desa Tuk Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.

### 2.3.4. Teknik Analisis Data

#### 2.3.4.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil.<sup>[6]</sup>

#### 2.3.4.2. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah proses untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.<sup>[7]</sup> Teknik analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *Principal Component Analysis* (PCA), karena pada penelitian ini ingin mengetahui jumlah faktor minimal yang tetap bisa menyerap sebagian besar informasi yang terkandung dalam variable asli atau mewakili variabel-variabel aslinya.

## 3. PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Deksriptif

Analisis deskriptif ini akan menjelaskan gambaran dari tanggapan responden. Sampel pada penelitian ini merupakan pengusaha emping melinjo Desa Tuk dengan jumlah responden yaitu 52 orang. Adapun hasil analisis deskriptif mengenai tanggapan responden mengenai faktor-faktor penghambat pengembangan usaha adalah sebagai berikut:



Berdasarkan gambar di atas, rata-rata persentase skor total untuk dimensi yang dapat menghambat pengembangan produk menunjukkan angka 80,48%. Hal ini menunjukkan tanggapan responden atas faktor-faktor penghambat pengembangan produk berada pada kategori sangat tinggi.

### 3.2. Analisis Faktor

Hasil analisis faktor pada penelitian ini yaitu dari jumlah faktor awal yang terbentuk menurut teori terjadi reduksi faktor menjadi hanya 2 faktor saja yang menghambat pengembangan produk pengusaha emping melinjo di Desa Tuk Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon. Berikut penjelasan hasil analisis faktor hasil penelitian:

**Tabel 3.1 Reduksi Faktor Penghambat Pengembangan Usaha**

Faktor Penghambat Pengembangan Produk Berdasarkan Teori		Faktor Penghambat Pengembangan Produk Berdasarkan Hasil Penelitian			
Tingkat Harga Laba	1. Biaya R & D tinggi karena melakukan inovasi 2. Harga Jual Produk meningkat karena inovasi	Faktor Pertama	Tingkat Harga Laba (Biaya pengembangan tinggi, harga jual produk), Teknologi (keterbatasan teknologi, keterbatasan ilmu pengetahuan, keterbatasan pengembangan), Keterbatasan Modal (keterbatasan biaya operasional), Kreativitas (keterbatasan dukungan teknologi dan keterbatasan permintaan pelanggan)		
Teknologi	3. Keterbatasan teknologi menghambat inovasi ( <i>lack of technology</i> ) 4. Keterbatasan Ilmu Pengetahuan menghambat inovasi ( <i>lack of scientist</i> ) 5. Keterbatasan pengembangan dalam melakukan inovasi ( <i>lack of development</i> )				
Keterbatasan Modal	6. Keterbatasan biaya R&D 7. Keterbatasan biaya dana operasional			Faktor Kedua	Keterbatasan Modal (Keterbatasan dukungan biaya R&D) Kreativitas (Keterbatasan kebutuhan pelanggan)
Kreativitas	8. Keterbatasan dukungan teknologi ( <i>technology driven</i> ) 9. Keterbatasan dorongan pelanggan ( <i>customer driven</i> ) 10. Keterbasatan kebutuhan pelanggan				

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data, analisis dan interpretasi penelitian terhadap faktor penghambat pengembangan produk pada pengusaha emping melinjo di Desa Tuk Kabupaten Cirebon diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil jawaban angket yang diperoleh dari 52 responden pengusaha emping melinjo memiliki skor total sebesar 1674, sedangkan standar skor tertinggi adalah 2080. dengan demikian, persentase variabel penelitian yaitu faktor-faktor penghambat pengembangan produk adalah sebesar 80,48% dan masuk dalam kategori sangat tinggi.
2. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa faktor-faktor penghambat pengembangan produk pada UMKM emping melinjo di Desa Tuk Kabupaten Cirebon, yaitu:
  1. Faktor Pengembangan Ilmu Pengetahuan, yang terdiri dari: Tingkat Harga Laba (Biaya pengembangan tinggi, harga jual produk), Teknologi (keterbatasan teknologi, keterbatasan ilmu pengetahuan, keterbatasan pengembangan), Keterbatasan Modal (keterbatasan biaya operasional), Kreativitas (keterbatasan dukungan teknologi dan keterbatasan dorongan pelanggan) mempunyai *eigenvalues* sebesar 5,989 dan mampu menjelaskan 59,89% dari total 71,633% variasi, merupakan faktor yang signifikan karena memiliki *eigenvalues* dan variasi yang sangat tinggi. Hal ini sesuai dengan teori Dhewanto, dkk; (2014:35-36) yang menyebutkan bahwa Pengetahuan adalah semua pemahaman relevan yang membawa individu mengusahakan kreativitas. Dengan Ilmu pengetahuan inovasi tentunya dapat dipandang sebagai penciptaan atas kombinasi-kombinasi baru, seperti pengenalan produk baru, kualitas produk baru

- yang baik, atau metode produksi baru, pembukaan pasar baru, mendapatkan sumber baru untuk pasokan bahan baku atau barang setengah jadi, dan akhirnya melaksanakan organisasi baru, dan hal tersebut berlaku di industri manapun. (Schumpeter, 1934)
2. Faktor Permintaan Pelanggan, yang terdiri dari Keterbatasan Modal (Keterbatasan biaya R&D) dan Kreativitas (Keterbatasan kebutuhan pelanggan) mempunyai *eigenvalues* sebesar 1,174 dan mampu menjelaskan 11,74% dari total 71,633% variasi, merupakan faktor yang kurang signifikan karena memiliki *eigenvalues* dan variasi paling rendah. Permintaan pelanggan merupakan peluang dan tantangan bagi UMKM emping melinjo di Desa Tuk untuk menciptakan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar hingga komersialisasi (Kotler, 2016:460)

Berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh hasil bahwa faktor Pengembangan Ilmu Pengetahuan merupakan elemen penting dan memiliki pengaruh yang besar dalam pengembangan usaha, dimana pengembangan usaha pada UMKM emping melinjo membutuhkan biaya dan harga yang relatif tinggi, keterbatasan teknologi pendukung serta keterbatasan sumber daya manusia dan kreativitas pengusaha. Faktor pengembangan ilmu pengetahuan mempunyai *eigenvalues* sebesar 5,989 dan mampu menjelaskan 59,89% dari total 71,633% variasi, merupakan faktor yang signifikan karena memiliki *eigenvalues* dan variasi yang sangat tinggi.

#### 4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi pengusaha emping melinjo di Desa Tuk Kabupaten Cirebon
  - a. Mengikuti pelatihan-pelatihan pengembangan usaha dalam konteks peningkatan produktivitas dan manajemen usaha, baik administratif maupun secara finansial.
  - b. Mengikuti perkembangan teknologi dalam bisnis agar pengembangan produk lebih efektif dan tepat sasaran.
  - c. Meningkatkan produktivitas dengan efektivitas permodalan berbasis koperasi agar dapat meningkatkan modal usaha dengan suku bunga pinjaman rendah.
2. Saran bagi pemerintah daerah Kabupaten Cirebon
  - a. Pemerintah daerah diharapkan lebih memberikan dukungan dengan meningkatkan investasi yang dapat berupa perbaikan iklim usaha dan mempermudah akses langsung terhadap informasi, layanan dan fasilitas keuangan seperti kemudahan pembiayaan kredit usaha dengan tingkat bunga rendah.
  - b. Kebijakan pemerintah melalui lembaga ketenagakerjaan dapat membuka balai-balai latihan kerja di setiap daerah agar warga usia produktif dapat membekali diri mereka dengan pengetahuan dan skill yang memadai, terampil dan berkualitas.
3. Saran bagi penelitian selanjutnya
  - a. Melakukan analisis faktor yang penghambat pengembangan usaha dengan menggunakan kerangka teori kualitas produk agar memperkaya kajian dan wacana penelitian akademik.
  - b. Melakukan validasi penelitian lanjutan dengan analisis faktor menggunakan kerangka pendekatan SEM (*Structural Equation Modelling*)
  - c. Melakukan penelitian dengan objek Usaha Kecil dan Mikro yang berbeda, baik karakter dan jenis usaha maupun lokasi penelitian.



**Daftar Pustaka**

- [1] kemenkeu.go.id. *Kebijakan Fiskal dan Peningkatan Peran EkonomiUMKM*. [online].tersedia:<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/kebijakan-fiskal-dan-peningkatan-peran-ekonomi-umkm/> [11 Desember 2017]
- [2] Kurniawan, Albert dan Merliana, Vina. (2015). *Sukses Berwirausaha dengan Kreatif: Teori dan Praktik Berwirausaha Mandiri*. Bandung: Alfabeta
- [3] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah
- [4] Dhewanto, Wawan, dkk. (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- [5] Chandra Mahesh, dan Neelankavil James P. (2008). *Product Development and Innovation for Developing Countries Journal of Management Development*, (27 (10), 1017 – 1025). Emerald Group Publishing.
- [6] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Singgih Santoso. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.