

BAB II

LANDASAN TEORI

a. Konsinyasi

1. Pengertian Konsinyasi

Menurut Yunus dan Harnanto, konsinyasi merupakan suatu bentuk perjanjian kerjasama yang dilakukan dengan cara pemilik barang menyerahkan sejumlah produk kepada pihak lain untuk dipasarkan atau dijual. Sebagai imbalan atas jasa penjualan tersebut, pihak yang menjual memperoleh komisi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan.¹⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsinyasi diartikan sebagai penitipan barang untuk dijualkan oleh penerima barang tersebut, serta dapat pula bermakna penitipan uang.²⁰ Menurut Mackling, yang dikutip dalam buku karya Eni Endayanti, teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual di mana *prinsipal* menugaskan *agen* untuk melaksanakan pekerjaan dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan.

Dalam praktik konsinyasi penerapan hubungan keagenan tersebut, yaitu ketika produsen (*principal*) menitipkan barang dagangannya kepada pihak lain (*agen*) seperti toko atau penjual untuk dijual kepada konsumen.²¹ Terdapat dua bentuk utama dalam sistem ini. Pertama, harga jual kepada konsumen ditetapkan oleh pihak *supplier*, sedangkan penjual hanya

¹⁹ Hadori Yunus dan Harnanto, *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. 159

²⁰ “Arti Kata Konsinyasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed November 23, 2025, <https://kbbi.web.id/konsinyasi>.

²¹ Vivi Kumalasari Subroto and Eni Endayanti, *Kumpulan Teori Akuntansi* (Yayasan prima agus teknik, 2023).

memperoleh komisi dari setiap barang yang terjual. Kedua, harga jual ditentukan oleh pihak toko dengan menambahkan margin keuntungan dari harga yang ditetapkan oleh *supplier*. Dalam kedua mekanisme tersebut, kepemilikan barang tetap berada pada pihak *supplier* hingga barang tersebut berhasil terjual.

2. Indikator Sistem Pemasaran Konsinyasi

Setiap kegiatan kerjasama tentunya didahului dengan kesepakatan antara pihak terkait. ini akan mencapai tujuan yang diinginkan dan melindungi hak keduanya dari penipuan. kontrak ini harus dibuat dan disetujui oleh kedua pihak sebelum pengiriman barang yang akan dikirim, hal ini sejalan dengan ketentuan yang diatur dalam Bab VI pasal 1405 sampai pasal 1412 KUHPerdata.²² Dalam perjanjian ini pemilik barang menitipkan produknya kepada pihak lain yang berperan sebagai agen penjualan untuk memasarkan barang tersebut kepada konsumen. Sebagai bentuk kompensasi atas jasa penjualan, pihak agen menerima imbalan berupa bagi hasil atau *fee* sesuai kesepakatan bersama.²³

Dalam melaksanakan konsinyasi, pengamanat dan komisioner harus terlebih dahulu membuat perjanjian kerja sama yang dituangkan dalam bentuk kontrak. Kontrak tersebut memuat berbagai ketentuan yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak:

²² Filipp Levin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, n.d., <https://jdih.mahkamahagung.go.id/download-file-satker/kitab-undang-undang-hukum-perdata-1>.

²³ Zulfa Fauziah Syarif et al., "Mekanisme Pembagian Komisi Penjualan Barang Konsinyasi Produk Gas Lpg Di Toko Yurika Kabupaten Lampung Timur," *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 1, no. 3 (2022): 231–37.

- a. Beban- beban pengeluaran komisioner yang akan ditanggung oleh pengamanat (*consignee*). Misalkan seperti beban pengangkutan, beban reparasi, beban kuli, beban sewa gudang, dan lain sebagainya.
 - b. Kebijakan harga jual dan syarat kredit yang harus dijalankan oleh komisioner atas instruksi dari pengamanat.
 - c. Komisi atau keuntungan yang akan diberikan oleh pengamanat kepada komisioner.
 - d. *After sales service* (garansi) yang harus ditanggung oleh pengamanat atas barang- barang yang telah dijual oleh komisioner.
 - e. Hal- hal yang dianggap perlu oleh kedua belah pihak.²⁴
3. Keuntungan Konsinyasi

Manfaat yang diperoleh pihak pengamanat (*consignor*) dari sistem penjualan konsinyasi, antara lain:

- a. Melalui sistem konsinyasi, pengamanat dapat memperluas jangkauan distribusi produknya ke berbagai daerah tanpa harus melakukan investasi besar untuk membuka cabang atau divisi penjualan baru. Sistem ini juga efektif dalam memperkenalkan produk baru kepada masyarakat yang belum mengenalnya, sehingga dapat meningkatkan potensi pasar.
- b. Dalam sistem konsinyasi, pengamanat tetap memiliki kendali terhadap penetapan harga jual barang di pasaran. Hal ini dimungkinkan karena pihak agen atau penerima barang hanya berperan sebagai penjual yang

²⁴ Utoyo Widayat, *Kuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori Dan Soal*, 4th ed. (Jakarta: LPPE UI, 1999). 127

memperoleh komisi, bukan sebagai pemilik barang, sehingga tidak memiliki kewenangan untuk menentukan harga jual sendiri.²⁵

- c. Barang yang dititipkan dalam sistem konsinyasi tidak termasuk dalam aset pihak agen (komisioner), sehingga apabila terjadi kebangkrutan di pihak agen, barang-barang tersebut tidak dapat disita oleh pihak ketiga. Dengan demikian, risiko kerugian bagi pengamanat dapat diminimalkan.
 - d. Pengamanat dapat memanfaatkan tenaga agen yang memiliki spesialisasi di bidang penjualan tertentu, seperti penjualan hasil bumi, ternak, atau komoditas pertanian. Sebagai bentuk kompensasi atas jasa yang diberikan, agen penjualan memperoleh komisi yang umumnya ditetapkan dalam bentuk presentase dari nilai penjualan atau sejumlah nominal tertentu untuk setiap unit produk yang berhasil dipasarkan.²⁶
- Bagi pihak komisioner (*consignee*), sistem penjualan konsinyasi memberikan sejumlah keuntungan, antara lain:

- a. Komisioner tidak bertanggung jawab atas risiko kerugian yang timbul akibat tidak terjualnya barang konsinyasi, karena hak kepemilikan atas barang tersebut tetap berada pada pihak pengamanat (*consignor*).
- b. Seluruh biaya dalam kegiatan penjualan barang konsinyasi akan ditanggung oleh pengamanat, sehingga komisioner tidak perlu mengeluarkan dana tambahan untuk proses penjualan.
- c. Jika terjadi kerusakan pada barang atau perubahan harga di pasar, tanggung jawab sepenuhnya tetap berada pada pengamanat. Hal ini

²⁵ Ibid. 126

²⁶ Ibid. 147-148

sangat penting terutama untuk produk yang memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap kerusakan, seperti produk pertanian dan buah-buahan.

- d. Komisioner tidak perlu menyediakan modal besar karena perannya terbatas sebagai penerima titipan dan penjual barang milik pengamanat, bukan sebagai pemilik barang.
- e. Komisioner berhak atas komisi dari setiap penjualan barang konsinyasi. Besaran komisi tersebut biasanya meningkat seiring dengan jumlah barang yang berhasil dijual, sehingga memberikan insentif bagi komisioner untuk meningkatkan kinerja penjualannya.²⁷

4. Konsinyasi Dalam Islam

Produk konsinyasi menurut perspektif islam, bahwasannya islam telah membolehkan seseorang memberikan kuasa kepada pihak lain dalam melaksanakan suatu tindakan atau urusan tertentu. Ketentuan ini didasarkan pada kenyataan bahwa tidak setiap individu mampu menyelesaikan seluruh urusannya secara mandiri, sehingga diperlukan bantuan pihak lain yang dapat bertindak sebagai wakil untuk mengurus kepentingan tersebut. Dalam dunia bisnis, setiap orang mempunyai kompetensi yang berbeda-beda. Pada kondisi tertentu, seseorang memiliki kompetensi yang baik dalam mengelola usaha, tetapi tidak memiliki modal yang cukup untuk menjalankannya. Di sisi lain, terdapat pihak yang memiliki modal namun tidak memiliki waktu atau keahlian yang memadai

²⁷ Aartje Tehupeiory, *Makna Konsinyasi Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum* (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2017). (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2017) 27-28

dalam bidang bisnis. Situasi tersebut mendorong terbentuknya kemitraan usaha yang menggunakan mekanismen perwakilan guna mencapai tujuan bersama secara efektif.²⁸

a. Konsinyasi dalam Akad *Wakalah*

Dari sekian banyak akad-akad yang dapat diterapkan dalam kehidupan manusia. *Wakalah* termasuk salah satu akad yang menurut kaidah Fiqh Muamalah, adalah akad yang dapat diterima. *Al-Wakalah* berasal dari kata kerja *wazana* “*wakala–yuakilu–waklan*” yang bermakna menyerahkan, mempercayakan, atau mewakilkan suatu urusan kepada pihak lain. *Wakalah* memiliki beberapa makna yang cukup berbeda menurut beberapa mazhab:

- 1) Menurut mazhab Hanafiyah, *wakalah* merupakan suatu perbuatan ketika seseorang memberikan kepercayaan kepada pihak lain untuk bertindak mewakili dirinya dalam melaksanakan urusan tertentu yang memang dapat diwakilkan.
- 2) Menurut mazhab Malikiyah, mendefinisikan *wakalah* sebagai tindakan penunjukan seseorang kepada pihak lain untuk mewakili dirinya dalam melakukan suatu perbuatan yang menjadi haknya, selama perbuatan tersebut tidak berkaitan dengan pemberian kuasa yang berlaku setelah kematian.²⁹
- 3) Menurut mazhab Syafi’iah, *wakalah* dipahami sebagai suatu konsep pendelegasian wewenang atau tugas dari seseorang kepada

²⁸Sofyan, “Analisis Produk Konsinyasi Terhadap Peningkatan Penjualan Menurut Perspektif Islam.”

²⁹ Muhammad Aupal Haq et al., “Penerapan Akad *Wakalah* Bil Ujah Pada Jasa Titip Online Freelance: Kajian Inovasi Ekonomi Syariah Dalam Konteks Gig Economy,” *Az-Zarqa’: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 5, no. 1 (2025): 33.

orang lain agar pihak yang diberi kuasa tersebut dapat melaksanakan suatu tindakan atas nama pemberi kuasa dalam hal-hal yang secara syariat diperbolehkan untuk diwakilkan.³⁰

Sehingga dapat ditarik kesimpulan, *wakalah* secara umum dapat dipahami sebagai suatu akad yang memberikan kewenangan kepada pihak lain untuk bertindak mewakili pemberi kuasa dalam melaksanakan urusan atau perbuatan tertentu, sesuai dengan batas dan ketentuan yang telah disepakati antara *muwakkil* dan *wakil*.

b. Rukun dan Syarat *Wakalah*

Adapun rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam *wakalah*, yaitu:

- 1) Orang yang memberikan kuasa (*al-Muwakkil*) Orang yang memberikan kuasa disyaratkan cakap bertindak hukum, yaitu telah balig dan berakal sehat, baik laki-laki maupun perempuan, boleh dalam keadaan tidak ada di tempat (*gaib*) maupun berada di tempat, serta dalam keadaan sakit ataupun sehat.
- 2) Pihak penerima kuasa (*wakil*) individu yang secara khusus ditunjuk oleh *muwakkil* untuk menerima dan menjalankan kuasa yang diberikan. *Wakil* ini memiliki tanggung jawab untuk bertindak atas nama *muwakkil* sesuai dengan batasan dan ketentuan yang telah disepakati, serta wajib melaksanakan amanah tersebut dengan penuh tanggung jawab dan itikad baik.
- 3) Perkara yang Diwakilkan/Obyek *Wakalah*, suatu urusan atau pekerjaan yang dapat dijadikan objek akad dan dapat dilaksanakan

³⁰ Ai Wati and Siti Patimah, "Transaksi Transfermasi Di BRILink Dalam Perspektif Akad *Wakalah* Bil Ujrah (Mewakikan Dengan Imbalan)," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2022): 188.

oleh pihak lain atas dasar pemberian kuasa. Objek wakalah harus berupa perkara yang diperbolehkan menurut syariat, memiliki kejelasan identitas, serta berada dalam kepemilikan atau kewenangan yang sah dari *al-muwakkil* (pemberi kuasa). Contoh objek *wakalah* meliputi transaksi jual beli, sewa-menyewa, pengalihan utang, penjaminan, kerja sama usaha, pertukaran mata uang, pembayaran upah, akad bagi hasil, talak, pernikahan, perdamaian, dan berbagai urusan lain yang dibenarkan oleh syariat islam.

- 4) Pernyataan Kesepakatan (*Ijab-Qabul*), Kesepakatan kedua belah pihak dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, yang didasarkan pada kerelaan dan persetujuan bersama untuk memberikan serta menerima suatu objek transaksi, baik berupa barang maupun manfaat yang menjadi objek akad.³¹

c. *Wakalah Bil Ujarah*

Ujarah berasal dari kata *al-ijarah* yang bermakna *al-ajru* yang diartikan *al-iwadhu* (ganti), dari kata tersebut *ats-tsawab* (pahala) dinamai *al-ajru* (upah). Upah menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai kompensasi dalam bentuk uang yang diberikan kepada seseorang sebagai balas jasa atas tenaga atas usaha yang telah digunakan untuk melaksanakan atau menyelesaikan suatu pekerjaan.³² *Akad Wakalah Bil Ujarah* memiliki fleksibilitas yang tinggi

³¹ Ahmad Ibrohim, "Comparison Of Wakalah And Kafalah In The Implementation Of Sharia Finance," *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research* 2, no. 1 (2025): 14.

³² "Arti Kata Upah - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed May 5, 2026, <https://kbbi.web.id/upah>.

sehingga dapat diterapkan dalam berbagai jenis transaksi bisnis, mulai dari sektor perdagangan, jasa, hingga investasi.³³

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa *Akad Wakalah bil Ujrah* merupakan bentuk pemberian kuasa dari satu pihak kepada pihak lain untuk melaksanakan suatu tugas atau tindakan tertentu dengan imbalan berupa *ujrah* (*fee*). Imbalan tersebut diberikan oleh pihak yang mewakilkan (*muwakkil*) kepada pihak yang menerima kuasa (*wakil*) sebagai bentuk penghargaan atas jasa dan tanggung jawab yang telah dilaksanakan oleh wakil dalam menjalankan amanahnya. Tujuan pemberian *ujrah* ini adalah sebagai kompensasi atau balas jasa atas kesediaan pihak wakil dalam melaksanakan pekerjaan atas nama pihak yang mewakilkan.³⁴ Adapun dasar hukum wakalah bil ujrah terdapat pada:

- 1) QS. Yusuf (12): 55:

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمَ

Artinya: "(Yusuf) berkata jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir)"³⁵

- 2) Hadis Nabi riwayat Bukhari dan Muslim:

Diriwayatkan dari Busr bin Sa'id bahwa Ibn Sa'diy al-Maliki berkata: "Umar mempekerjakan saya untuk mengambil sedekah (zakat). Setelah selesai dan sesudah saya menyerahkan zakat

³³ Maulana Maulana et al., "Potensi Dan Tantangan Implementasi Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Transaksi Bisnis Syariah Modern," *Al-Buhuts* 20, no. 1 (2024): 2.

³⁴ Muhammad Abdul Aziz, "Mekanisme Reksadana Syariah Melalui Aplikasi Bibit Perspektif Akad Wakalah Bil Ujrah," *Al-Mustashfa* 7, no. 2 (2022): 176.

³⁵ "Surah Yusuf - 55-65," Quran.com, accessed June 3, 2026, <https://quran.com/id/yusuf/55-65>.

kepadanya, Umar memerintahkan agar saya diberi imbalan. Saya berkata: saya bekerja hanya karena Allah. Umar menjawab: Ambillah apa yang kamu beri; saya pernah bekerja (seperti kamu) pada masa Rasul, lalu beliau memberiku imbalan; saya pun berkata seperti apa yang kamu katakan. Kemudian Rasul bersabda kepada saya: Apabila kamu diberi sesuatu tanpa kamu minta, makanlah dan bersedekahlah.”³⁶

3) Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia nomor 113/DSN-MUI/IX/2017, akad *wakalah bil ujah* memiliki beberapa ketentuan pokok sebagai berikut:³⁷

- a) *Wakalah bil ujah* hanya dapat diterapkan pada tindakan atau pekerjaan yang secara syariah dapat diwakilkan.
- b) Objek dari *wakalah bil ujah* harus berupa pekerjaan atau tindakan yang diketahui secara jelas dan dapat dilaksanakan oleh kedua belah pihak, baik pihak wakil maupun pihak yang mewakilkan.
- c) Pelaksanaan akad *wakalah bil ujah* dapat dibatasi berdasarkan jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan bersama.
- d) Pihak wakil diperbolehkan untuk melimpahkan sebagian atau seluruh kuasa yang diterimanya kepada pihak lain (*sub-wakil*),

³⁶ “Fatwa DSN MUI Tentang Akad Wakalah Bil Ujah Pada Asuransi Syari’ah Dan Reasuransi Syari’ah,” Tafsir AlQuran Online, diakses 5 juli, 2026, <https://tafsirq.com/konten/dsn/akad-wakalah-bil-ujrah-pada-asuransi-syariah-dan-reasuransi-syariah>.

³⁷ “Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Wakalah Bil Ujah,” diakses 3 Juni, 2026, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/11/>.

namun harus mendapat persetujuan terlebih dahulu dari pihak yang mewakilkan.

- e) Pihak wakil tidak menanggung risiko kerugian yang timbul dari pelaksanaan tugasnya, kecuali jika kerugian tersebut terjadi akibat kelalaian (*taqshir*), kesengajaan melanggar (*tahaddi*), atau pelanggaran terhadap syarat-syarat yang telah disepakati dalam akad (*mukhalafat al-syuruth*)

b. Penjualan

1. Pengertian penjualan

Penjualan merupakan aktivitas yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen dalam mewujudkan target pemasaran. Penjualan dapat dianggap sebagai garda terdepan perusahaan dalam meraih kesuksesan.³⁸ Sementara itu, menurut Basu Swastha DH, penjualan merupakan bentuk interaksi antarindividu yang terjadi secara langsung atau bertatap muka, dengan tujuan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.³⁹ Selain itu, penjualan juga dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan seseorang untuk menyalurkan barang kepada pihak yang membutuhkan, dengan imbalan berupa uang sesuai harga yang telah disepakati. Jadi kesimpulannya bahwa penjualan merupakan aktivitas penting yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen melalui

³⁸ Muhammad Tri Dharsana and Nurul Fadilah Aswar, *Manjamen Penjualan*, 1 (Yogyakarta: K-Media, 2024). 14-17

³⁹ Basu Swastha, Hani Handoko, and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 2. (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008). 350

interaksi langsung guna menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan.

2. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam memperoleh keuntungan. Apabila perusahaan tidak mampu menjual produknya secara optimal, maka perusahaan akan mengalami kerugian yang pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan usaha. Oleh karena itu, penjualan tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai indikator utama dalam menilai efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan. Menurut Swastha dan Irawan, tujuan umum penjualan dalam suatu perusahaan meliputi:

- a. Mencapai volume penjualan.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.⁴⁰

3. Retensi Pelanggan

Retensi pelanggan merupakan salah satu strategi penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut Ahmad dan Buttle dalam jurnal Poserattu, retensi pelanggan dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui peningkatan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan, dengan sasaran utama agar tidak terjadi kegagalan dalam mencapai profitabilitas

⁴⁰ Ibid. 404

yang bersumber dari pelanggan tersebut.⁴¹ Retensi ini tercermin dari intensitas pembelian ulang (*repeat purchase*) yang dilakukan pelanggan, yang pada dasarnya diperoleh melalui pelayanan yang berkualitas dan terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Selain berdampak pada peningkatan penjualan, retensi pelanggan yang baik juga berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat menciptakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif bagi perusahaan.⁴² Dengan demikian, retensi pelanggan tidak hanya berperan sebagai indikator keberhasilan pelayanan, tetapi juga sebagai salah satu faktor penentu dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang.

c. UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan bentuk usaha berskala kecil hingga menengah yang dikategorikan berdasarkan kriteria khusus seperti nilai aset dan omzet tahunan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah, dengan batasan nilai aset serta pendapatan yang sudah ditetapkan.⁴³ Kontribusi UMKM terhadap perekonomian sangatlah signifikan. Selain memberikan sumbangan pada Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja yang vital

⁴¹ Poserattu V. Alfonso, "Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan Yang Berorientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Retensi Pelanggan:(Studi Empiris Pada Salon Kecantikan Di Kota Ambon)," *Jurnal Administrasi Terapan* 2, No. 1 (2023): 171.

⁴² Ella Anastasya Sinambela Et Al., "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya," *Jurnal Baruna Horizon* 5, No. 1 (2022): 19.

⁴³ Bayu Mega Nanta et al., "Analisis Perkembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Utara," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025): 160.

dalam upaya pengentasan kemiskinan. UMKM kerap menjadi sumber penghasilan utama bagi keluarga dengan tingkat pendapatan rendah hingga menengah, serta memiliki fungsi penting dalam memelihara kestabilan sosial dan ekonomi di level komunitas lokal. UMKM juga turut andil dalam proses distribusi pendapatan yang lebih merata, peningkatan taraf hidup masyarakat, dan akselerasi pertumbuhan ekonomi. Di samping itu, UMKM juga memegang peranan krusial dalam menjaga kestabilan perekonomian nasional.

Faktor pendukung perkembangan UMKM merupakan aspek-aspek yang memberikan dampak positif bagi kemajuan UMKM, sehingga dapat mencapai hasil optimal, meraih tujuan yang diharapkan, dan meningkatkan kualitas usaha dibandingkan sebelumnya.⁴⁴

1. Sumber Daya Alam (SDA) merupakan bahan baku utama yang akan diolah oleh pelaku UMKM. Untuk menghasilkan suatu produk, diperlukan SDA yang cukup dan berkualitas tinggi agar menghasilkan produk yang bermutu baik pula.
2. Pada era digital ini, teknologi menjadi faktor kunci dalam berbagai aspek perkembangan global. Berbagai aktivitas dapat dipermudah dengan teknologi, namun penggunaannya harus tepat agar memberikan manfaat yang diharapkan. Demikian pula dalam perkembangan UMKM, teknologi dapat mendukung proses produksi, pemasaran, hingga monitoring perkembangan usaha. Penerapan teknologi yang tepat dapat membuat proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien.

⁴⁴ Salsabilla Febriani and Hendra Harmain, “Analisis Faktor Penghambat Dan Pendukung Perkembangan UMKM Serta Peran Dewan Pengurus Wilayah Asprindo Dalam Perkembangan UMKM Di Sumatera Utara Masa Pandemi Covid-19,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 3 (2023): 1282–85.

3. Agar dapat berkembang dan kompetitif, UMKM perlu melakukan inovasi produk secara berkelanjutan sesuai dengan perkembangan zaman. Inovasi ini harus diselaraskan dengan sasaran pasar yang dituju agar produk dapat terjual sesuai target.

Faktor penghambat perkembangan UMKM merupakan hal yang menghalangi kemajuan UMKM, sehingga menimbulkan kesenjangan antara target yang diharapkan dengan pencapaian yang diperoleh. Berikut adalah beberapa faktor penghambat perkembangan UMKM:⁴⁵

1. Permodalan merupakan elemen penting dalam pengembangan UMKM, namun banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan atau kekurangan modal yang signifikan bagi kemajuan usaha mereka. Keterbatasan modal ini dapat terjadi karena pelaku UMKM yang takut mengambil risiko kerugian yang berpotensi menyebabkan kebangkrutan usaha yang sedang dijalankan.
2. Sumber Daya Manusia (SDM), baik pemilik usaha maupun tenaga kerja, memiliki peran penting dalam seluruh aktivitas UMKM selain teknologi. SDM yang kompeten dapat meningkatkan mutu produk yang dihasilkan UMKM. Meskipun keberadaan UMKM seharusnya dapat mengurangi pengangguran, namun masih banyak ditemukan pekerja yang kurang memiliki integritas dalam bekerja. Kondisi ini menyebabkan terbatasnya SDM berkualitas yang dapat dipekerjakan dan semakin bertambahnya jumlah pengangguran.

⁴⁵ Reva Nayla Munawara and Fathur Rohmah, "Peran UMKM Dalam Kontribusi Terhadap Pengangguran Dan Kemiskinan: Studi Kasus Kabupaten Bangkalan," *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2025): 94–95.

3. Kesulitan dalam pemasaran juga menjadi kendala. Pemasaran merupakan faktor penentu keberhasilan perkembangan UMKM, namun banyak UMKM yang memproduksi produk sejenis dengan kualitas yang hampir serupa. Kompetisi di dunia usaha, khususnya UMKM, sangat kompetitif sehingga pelaku UMKM kesulitan memasarkan produknya. Hal ini juga merupakan akibat dari kurangnya penguasaan teknologi internet.
4. Perizinan usaha merupakan bentuk legitimasi terhadap semua aspek yang berkaitan dengan pendirian usaha, termasuk UMKM. Izin usaha dapat berupa Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Surat Izin Berusaha (NIB), hingga Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Perizinan usaha juga menjadi bukti bahwa UMKM tersebut sah dan sesuai dengan regulasi pemerintah Indonesia.