

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Tinjauan Usaha Mikro**

#### **1. Pengertian Usaha Mikro**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 dan 6 menjelaskan tentang Usaha Mikro adalah Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria dari usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Usaha mikro berasaskan:

- a. Kekeluargan,
- b. Demokrasi ekonomi,
- c. Kebersamaan,
- d. Efisiensi berkeadilan,
- e. Berkelanjutan,
- f. Berwawasan lingkungan,
- g. Kemandirian,
- h. Keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil, Usaha Mikro yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp 50.000.000,-.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan

## **2. Ciri-ciri Usaha Mikro**

- a. Jenis barang/komoditas usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
- f. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
- g. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP (Marcellina, 2012:30).

## **B. Pengembangan Usaha Mikro**

Perkembangan adalah suatu tindakan, proses, hasil atau pertanyaan menjadi lebih baik (Thoha, 1997:7). Pengertian pengembangan tersebut memiliki dua unsur, yaitu : (1) pengembangan itu sendiri bisa berupa suatu tindakan, proses atau pernyataan dari suatu tujuan, (2) pengembangan itu bisa menunjukkan kepada perbaikan atas sesuatu. Pengembangan adalah suatu jawaban terhadap perubahan, suatu strategi pendidikan yang kompleks yang diharapkan untuk merubah kepercayaan, sikap, nilai dan susunan organisasi, sehingga organisasi dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan itu sendiri (Sutarto,1995: 416).

Berdasarkan uraian diatas, maka yang dimaksud dengan pengembangan usaha mikro adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik, sehingga usaha mikro dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan yang terjadi. Pengembangan usaha mikro merupakan komponen penting dalam program pembangunan nasional untuk meletakkan landasan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

## **C. Kontribusi Usaha Mikro dalam Perekonomian Masyarakat**

Sistem ekonomi kerakyatan adalah kelompok masyarakat yang termarginalkan dalam sistem ekonomi kapitalis neoliberal. Mereka, secara garis besar, adalah kelompok tani, kelompok buruh, kelompok nelayan, kelompok pegawai negeri sipil golongan

bawah, kelompok pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah serta kelompok miskin di perkotaan.

Usaha Mikro mempunyai peran yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, efek yang bersifat usaha rakyat dimaksud berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan, karena intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan investasi yang lebih kecil, sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar (Afifah, 2012: 13).

Hal ini menyebabkan usaha mikro tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal, karena dapat mengurangi impor dan memiliki kandungan lokal yang tinggi. Oleh karena itu pengembangan usaha mikro dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Selain itu tingkat penciptaan lapangan kerja lebih tinggi pada usaha mikro dari pada yang terjadi di perusahaan besar (Afifah, 2012: 13).

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari adalah sebagai berikut :

1. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.
2. Penyedia lapangan kerja yang terbesar.

3. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
5. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor (Afifah, 2012: 13).

#### **D. Kontribusi Perempuan dalam Ekonomi Keluarga**

Dalam kehidupan berkeluarga, perempuan mendapat kesempatan untuk memainkan berbagai peranan yaitu sebagai istri (*sex partner*), sebagai pengurus rumah tangga (*home maker*), sebagai ibu anak-anak (*mother*), sebagai teman hidup (*companion*) dan sebagai makhluk sosial yang ingin mengadakan hubungan sosial yang intim. Kemampuan memerankan sebagai peranan itu berbeda-beda sesuai dengan kondisi kehidupan masing-masing perempuan. Seiring perkembangan jaman, banyak perempuan yang memiliki peran ganda disatu posisi perempuan harus mengurus keluarganya disatu sisi lainnya perempuan juga membantu ekonomi keluarganya.

Keterlibatan perempuan dalam roda ekonomi baik dalam level bawah, menengah dan atas adalah suatu hal yang sangat penting. Sebagai gambaran, dari aspek ekonomi level bawah kontribusi perempuan sangat banyak dijumpai yaitu pedagang kaki lima, pedagang asongan, pengrajin dan lain sebagainya. Aspek ekonomi level menengah perempuan, dapat dijumpai seperti pemilik toko kelontong, dan usaha menengah lainnya. Tekanan ekonomi yang tinggi menyebabkan banyak perempuan yang masuk ke dalam ranah publik untuk bekerja. Oleh karena itu, tak jarang, perempuan harus memikul beban ganda, yaitu di sektor domestik dan di sektor publik.

Peningkatan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi karena: pertama, adanya perubahan pandangan dan sikap masyarakat tentang sama pentingnya pendidikan bagi kaum perempuan dan laki-laki, serta makin disadari perlunya kaum perempuan ikut berpartisipasi dalam pembangunan, kedua, adanya kemauan perempuan untuk bermandiri dalam bidang ekonomi yaitu berusaha membiayai kebutuhan hidupnya dan mungkin juga kebutuhan hidup dari orang-orang yang menjadi tanggungannya dengan penghasilan sendiri. Kemungkinan lain yang menyebabkan peningkatan partisipasi perempuan dalam angkatan kerja adalah makin luasnya kesempatan kerja yang bisa menyerap pekerja perempuan (Haryanto, 2007:218).

Kontribusi ekonomi perempuan dalam ekonomi keluarga akan menghasilkan peningkatan dalam keuangan keluarga, kepemilikan barang mewah, standar hidup yang lebih tinggi dengan pencapaian rasa aman yang lebih baik sehingga berdampak pada peningkatan status sosial keluarga. Meskipun pekerjaan perempuan memiliki kontribusi yang sangat penting untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan keluarga, namun pada kenyataannya perempuan masih saja dipandang sebelah mata dalam masyarakat. Selain itu produktivitas perempuan dalam pengembangan ekonomi keluarga sama sekali belum disentuh secara mendetail dan berkesinambungan.

Peran gender di sektor domestik melibatkan peran reproduktif atau domestik yang menyangkut aktivitas manajemen sumberdaya keluarga (materi, non-materi, waktu, pekerjaan dan keuangan), pengasuhan dan pendidikan anak, serta pekerjaan dalam rumah tangga (Puspitawati, 2009: 11-12).

Kontribusi perempuan dalam perekonomian keluarga terkait dalam usaha perempuan dalam memenuhi kebutuhan keluarga dan pendapatan keluarga, seperti ikut bekerja dalam memenuhi kebutuhan keluarga baik itu kerja dengan orang lain atau membuka usaha sendiri. Selain itu keterlibatan perempuan pada saat ini juga sebagai pemuas kebutuhan, maksudnya adalah perempuan terjun dalam dunia perekonomian juga sebagai peningkatan status sosial dan penambah kebutuhan tambahan lainnya.

#### **E. Dinamika Usaha Perempuan Pedagang Makanan**

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional (Hamid, 2010:1). Indonesia merupakan negara yang tingkat pertumbuhan UMKM nya tinggi setiap tahunnya. Perkembangan UMKM ini tentu tidak terlepas dari para aktor yang menjalankannya. Untuk mengembangkan usaha para aktor ini memiliki berbagai alasan, pengalaman serta kemampuan yang berbeda-beda dan masalah-masalah yang berbeda.

Dinamika usaha dapat dilihat pada latar belakang memulai usaha, menjalankan usaha dan mempertahankan usaha. Namun, untuk memudahkan mengkaji dinamika usaha perempuan pedagang makanan yang ada di Kelurahan Kota Baru penulis melihatnya dari peluang usaha yang dijalani pedagang, motivasi dasar berdagang, modal awal berdagang, dan lamanya usaha.

## **1. Peluang Usaha Yang Dijalani Pedagang**

Peluang dalam bahasa Inggris di sebut dengan *opportunity* memiliki arti sesuai dengan KBBI adalah kesempatan. Secara sederhana peluang di artikan sebagai kesempatan muncul atau terjadi pada satu peristiwa. Sementara itu, usaha memiliki pengertian berbagai daya untuk mendapatkan apa yang di inginkan. Sehingga secara terminologis pengertian peluang usaha adalah kesempatan yang dapat dimanfaatkan seseorang untuk mendapatkan apa yang di inginkannya (keuntungan, kekayaan, dan uang) dengan memanfaatkan berbagai faktor baik faktor eksternal maupun internal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu seperti bakat dan minat. Ketika memilih satu peluang usaha maka terlebih dahulu harus melihat faktor internal yang ada dalam diri, agar apa yang diinginkan yaitu keuntungan bisnis, dan kekayaan dapat diraih. Sedangkan faktor eksternal adalah yang berasal dari lingkungan sekitar (Nafisa, 2014) diakses dari <http://www.usaharumahan19.com/2014/07/pengertian-peluang-usaha-kewirausahaan.html>

## **2. Motivasi Dasar Berwirausaha**

Menurut Azwita Arifuddin (2012: 14), motivasi adalah suatu konsep yang digunakan ketika dalam diri kita muncul keinginan dan menggerakkan serta mengarahkan tingkah laku. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008:72), motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan oleh keadaan tertekan, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi.



Motivasi terdiri atas tiga unsur, yaitu kebutuhan (*need*), dorongan (*drive*), dan tujuan (*goals*). Motivasi adalah keadaan dalam diri individu, biasanya berupa dorongan (*drive*) yang menyebabkan seseorang berperilaku dalam memenuhi kebutuhan atau tujuan. Motivasi merupakan gabungan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) yang mengarahkan seseorang untuk bertingkah laku tertentu (Thoah, 2004: 207). Motivasi mengarahkan seseorang dalam berusaha. Usaha yang dimaksud adalah suatu usaha yang kreatif atau inovatif yang dapat membangun suatu nilai (*value*) dengan menciptakan sesuatu yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh banyak orang.

### **3. Pengadaan Modal Awal Untuk Berdagang**

Modal usaha menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar (Firdausa, 2012: 25). Modal awal adalah jumlah uang yang digunakan pada saat awal membuka usaha untuk membeli barang dagangan yang akan dijual kembali dan dinyatakan dalam rupiah. Pada penelitian ini pengadaan modal tidak hanya berupa uang namun juga berupa barang yang digunakan untuk menjalankan usaha.

## **F. Karakteristik Psikososial Pengembangan Usaha Mikro**

Dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika berdagang. Sebagaimana Talcott Parson menerangkan seluruh pengertian perilaku manusia (sistem tindakan) merupakan sistem yang hidup, sehingga terdapat sistem-sistem yang saling tergantung yaitu sistem kebudayaan, sistem sosial, sistem kepribadian dan sistem organisme perilaku (Ritzer dan Douglas, 2011:121). Peneliti berusaha mengkaji masalah karakteristik psikososial yang dimiliki oleh perempuan pedagang makanan yang ada di Kelurahan Kota Baru. Untuk memudahkan dalam mengkaji masalah psikososial dalam hal ini peneliti memerlukan disiplin ilmu yang lazim berdiri sendiri yakni psikologi sosial.

Menurut Vander Zanden psikologi sosial merupakan ilmu pengetahuan yang mencoba memahami dan menjelaskan bagaimana pikiran, perasaan dan tingkah laku individu dipengaruhi oleh kenyataan, khayalan atau secara tidak langsung oleh kehadiran orang lain (Hartoyo, 2011:17). Psikologi sosial sangat memperhatikan unsur-unsur individual dan sosial yang saling mempengaruhi. Unsur-unsur individual seperti pikiran, perasaan, dan tindakan individu, sedangkan unsur-unsur sosial seperti rangsangan, situasi dan hubungan sosial.

Pendekatan sosiologi dalam mendefinisikan psikologi sosial memaparkan beberapa unsur yang saling berkaitan : (1) pengalaman sosial yang diperoleh dari partisipasi individu di dalam kelompok-kelompok sosial; (2) berbagai interaksi dengan orang

lain; (3) pengaruh lingkungan kultural baik terhadap pengalaman sosial maupun terhadap interaksi dengan orang lain; dan (4) munculnya struktur sosial dari interaksi sosial tersebut. Selain itu sosiologi juga memperhatikan adanya keterkaitan antara karakteristik individu dengan karakteristik masyarakat (Hartoyo, 2011: 22-23).

Karakteristik psikososial dalam penelitian ini adalah perpaduan antara karakteristik psikis dan karakteristik sosial yang keduanya merupakan bagian penting dalam pengembangan usaha berskala mikro. Karakteristik-karakteristik tersebut terdorong dengan adanya suatu motivasi yang muncul dari dalam maupun dari luar diri individu. Seperti dalam hal berkomunikasi dengan pelanggannya maupun sesama pedagang. Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku (Arni Muhammad, 2002 : 4).

Proses komunikasi yang terjadi merupakan proses yang timbal balik karena si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan kesempatan untuk melakukan umpan balik. Lingkungan(konteks) komunikasi setidaknya-tidaknya memiliki tiga dimensi: fisik, sosial-psikologis, dan temporal. Ruang atau bangsal atau taman dimana komunikasi berlangsung disebut konteks atau lingkungan fisik-artinya, lingkungan nyata atau berwujud. Lingkungan fisik ini, apapun bentuknya, mempunyai pengaruh tertentu atas

kandungan pesan kita (apa yang kita sampaikan) selain juga bentuk pesan (bagaimana kita menyampaikannya) (Devito, 2011: 24-25).

Untuk mengembangkan usaha para pengusaha atau pedagang harus berusaha mencari cara-cara yang unik dan tepat bagi perkembangan usahanya. Berani membuat terobosan-terobosan baru yang belum banyak dilakukan orang yang dapat meningkatkan nilai tambah usaha di mata konsumen. Berbagai strategi kreatif dan inovatif dapat diterapkan pada produk, harga, promosi, tempat tampilan usaha, suasana tempat usaha, dan lain sebagainya. Kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan diharapkan dapat mempertahankan usaha meskipun dengan skala mikro. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Sejalan dengan hal tersebut, Andriani (2011:27) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Dalam menjalankan usaha tidak dapat dipungkiri ada salah satu pelanggan yang merasa kurang puas atau merasa ingin mengemukakan masukan atau pendapat, keluhan ataupun “curhat” yang didasarkan pada pemikiran logis untuk merespons suatu masalah dan keadaan yang ada. Bisa jadi respon yang cepat itu adalah karena melihat peluang dan momentum yang ada, bisa jadi karena itu adalah satu- satunya peluang, yang jika tidak diambil maka akan menghilang begitu saja peluang tersebut.

### **G. Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat Perempuan Pedagang dalam Mengembangkan Usaha**

Usaha Mikro merupakan salah satu bentuk usaha informal yang bisa dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja tanpa memandang status, usia, dan tingkat pendidikan. Dalam mengembangkan usaha tentu tidak selalu berjalan mulus terkadang para pelaku usaha menemukan berbagai kendala-kendala.

Dalam penelitian ini, faktor yang akan diteliti ada 2 yakni faktor pendorong dan penghambat dari pengembangan usaha yang dilakukan oleh perempuan pedagang makanan.

#### **1. Faktor Pendorong**

##### **a. Lokasi Berdagang**

Sering ditemukan orang-orang yang memulai sebuah usaha makanan dengan berbekal pujian dari orang-orang terdekat. Mereka bisa memasak atau membuat satu jenis makanan dengan lezat, kemudian semakin banyak orang di sekitar mereka yang memberikan dorongan untuk memulai sebuah usaha dengan berbekal keahlian

memasak yang piawai tersebut. Namun sayangnya keahlian memasak yang top bukan hanya satu-satunya faktor penjamin keberhasilan sebuah bisnis makanan atau kuliner.

Ada begitu banyak aspek yang juga perlu dipelajari meski sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Salah satu faktor yang mendorong perkembangan usaha adalah lokasi usaha berdagang. Lokasi usaha berdagang yang dipilih adalah lokasi yang strategis. Lokasi strategis dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi di mana banyak ada calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, gampang dilihat konsumen, dan lokasi yang banyak dilalui atau dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual (Ramadhan, 2014). Dalam penelitian ini, lokasi yang dimaksud adalah lokasi yang dianggap strategis dan stabil oleh perempuan pedagang makanan yang berbasis usaha mikro dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

#### **b. Dukungan Sosial Dalam Menjalankan Usaha**

Dukungan sosial merupakan salah satu fungsi dari ikatan sosial, dan ikatan-ikatan sosial tersebut menggambarkan tingkat kualitas umum dari hubungan interpersonal. Ikatan dan persahabatan dengan orang lain dianggap sebagai aspek yang memberikan kepuasan secara emosional dalam kehidupan individu. Saat seseorang didukung oleh lingkungan maka segalanya akan terasa lebih mudah.

Dukungan sosial menunjukkan pada hubungan interpersonal yang melindungi individu terhadap konsekuensi negatif dari stres. Dukungan sosial yang diterima

dapat membuat individu merasa tenang, diperhatikan, dicintai, timbul rasa percaya diri dan kompeten (Kumalasari, 2012: 25).

Dukungan sosial bukan sekedar pemberian bantuan, tetapi yang penting adalah bagaimana persepsi si penerima terhadap makna dari bantuan tersebut. Hal itu erat hubungannya dengan ketepatan dukungan sosial yang diberikan, dalam arti bahwa orang yang menerima sangat merasakan manfaat bantuan bagi dirinya karena sesuatu yang aktual dan memberikan kepuasan

Menurut Sarafino (dalam Kumalasari 2012:25) dukungan sosial terdiri dari empat jenis yaitu :

1. Dukungan emosional. Dukungan ini melibatkan ekspresi rasa empati dan perhatian terhadap individu, sehingga individu tersebut merasa nyaman, dicintai dan diperhatikan. Dukungan ini meliputi perilaku seperti memberikan perhatian dan afeksi serta bersedia mendengarkan keluh kesah orang lain.
2. Dukungan penghargaan. Dukungan ini melibatkan ekspresi yang berupa pernyataan setuju dan penilaian positif terhadap ide-ide, perasaan, dan performa orang lain.
3. Dukungan instrumental. Bentuk dukungan ini melibatkan bantuan langsung, misalnya yang berupa bantuan finansial atau bantuan dalam mengerjakan tugas-tugas tertentu.
4. Dukungan informasi. Dukungan yang bersifat informasi ini dapat berupa saran, pengarahan, dan umpan balik tentang bagaimana cara memecahkan persoalan.

### c. Selera Konsumen

Dalam manajemen pemasaran, konsumen sering disama artikan dengan pelanggan, pasar, permintaan (permintaan pasar dan atau pasar permintaan), pembeli dan sebutan lain yang sepadan. Konsumen yang dimaksud adalah pasar konsumen yang yang terdiri dari semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa. Yang penting dipelajari melalui kegiatan *probe* (penelitian) antara lain adalah beberapa komponen perilakunya yang meliputi: siapa pembeli, apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, siapa saja yang terlibat, bagaimana mereka membeli, kapan mereka membeli, dan dimana mereka membeli (Kotler, 2009:165).

Menurut Kotler (2009:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan selera diartikan sebagai minat atau keinginan. Oleh karena itu, selera konsumen dapat diartikan sebagai minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk, dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini, selera konsumen merupakan salah satu faktor yang mendorong bagi perkembangan karena dengan adanya selera konsumen yang berbeda-beda mampung mendorong kreatifitas para pengusaha makanan terus berkembang.



## **2. Faktor Penghambat**

Selain faktor pendukung terdapat juga faktor yang menghambat usaha perempuan dalam mengembangkan usahanya. Seperti sulitnya membagi waktu antara keluarga dan usaha, ketidakstabilan harga bahan baku dan jumlah konsumen yang tidak dapat diprediksi. Menurut Mulyadi (2005:275) bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian besar produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri (Kholmi, 2003:29).

Berdasarkan pengertian di atas bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain. Ketidakstabilan harga bahan baku menjadi salah satu masalah yang banyak dialami oleh para pelaku usaha. Banyak diantara mereka kesulitan untuk menyeimbangkan harga penjualan dengan kondisi harga bahan baku yang tidak stabil.