

Kontribusi dan Eksistensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia

HERISPON¹ ; HENDRAYANI²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
Jl. HR. Soebrantas Panam, Tuah Karya, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28293
E-mail : herisponpiliang@gmail.com

Abstract: This paper is an upgrade from studies on micro, small and medium enterprises which are based on current conditions, particularly in relation to the resilience of MSMEs. Using secondary data and time series data with quantitative descriptive methods, the results of this study indicate that MSMEs are quantitatively superior to large enterprises (UB) in terms of; the number of business units, the absorption of the number of workers, and the contribution to the gross domestic product (GDP), but the contribution of MSMEs in the non-oil and gas export sector and the investment value is very low compared to UB. This study also shows that qualitatively MSMEs in terms of labor absorption, gross domestic product, non-oil and gas exports, and investment value are very low compared to large businesses.

Keywords: *Quantitative and Qualitative Contributions, Nomadic MSMEs*

Periode 1967 sampai 1997 yang dikenal zaman orde baru, perekonomian Indonesia mengandalkan pelaku usaha besar sebagai *engine of growth*, ternyata tidak mampu berdiri kokoh sebagai lokomotif perekonomian nasional, sebaliknya membuat rapuh basis ekonomi nasional, fakta ini ditunjukkan oleh krisis ekonomi dan keuangan di Indonesia tahun 1997 sampai akhir tahun 1999 (disebut Krismon). Disisi lain sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) disaat itu terabaikan, justru menjadi penyelamat perekonomian Indonesia dari krisis yang terjadi. Sektor UMKM dapat bertahan dari terpaan badai krisis ekonomi, sehingga dikatakan sektor UMKM merupakan basis perekonomian yang cukup kuat dalam menahan krisis yang terjadi saat itu. Kasus tersebut merupakan pelajaran yang sangat berharga bagi bangsa dan pemerintah Indonesia, bahwa dengan pengelolaan ekonomi berbasis konglomerat, kurang transparan, rendahnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi hanya melahirkan ketimpangan-ketimpangan penguasaan assets nasional oleh group-group bisnis berskala besar, dan terbukti rentan terhadap gangguan lingkungan dunia bisnis yang semakin

terbuka (Herispon, 2011; Ayandibu & Houghton, 2017).

Dari perspektif ekonomi, selama 23 tahun terakhir (1997-2020), UMKM dengan segala kekurangan dan kelebihannya telah menjadi basis ekonomi nasional dan tameng terhadap goncangan krisis yang terjadi sampai sekarang. Secara nasional menurut Kemenkop UKM and BPS (2018) sektor UMKM telah menunjukkan perannya melalui pertumbuhan unit usaha pada tahun 2018 telah mencapai angka 64.194.057 unit usaha atau 99,99 percent dari jumlah usaha yang ada di Indonesia, serapan tenaga kerja sebesar 97 percent dari 170 juta jumlah tenaga kerja di Indonesia yaitu sebesar 121 juta tenaga kerja, dan kontribusinya terhadap PDB Indonesia sebesar 60 percent dari Rp 14.000 triliun jumlah PDB Indonesia yaitu Rp 8.400 triliun. Hasil survey Organization of Economic Cooperation Development (OECD) tahun 2016, bahwa UMKM di Indonesia dapat menyerap 70,3 percent dari jumlah tenaga kerja di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2018). Ini menjadi satu bukti bahwa UMKM di Indonesia tidak dapat diabaikan keberadaannya dan perlu mendapat

perhatian, pembinaan dan perlindungan dari pemerintah pusat atau daerah, berikut perkembangan UMKM dan usaha besar (UB) di Indonesia:

Tabel 1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Tahun	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)				
	Unit (juta)	Tenaga Kerja (juta)	PDB ADHB (Rp Miliar)	Ekspor NonMigas (Rp Miliar)	Investasi ADHB (Rp Miliar)
2010	52.8	96.2	2,969.3	162.3	781.4
2011	54.1	98.2	3,411.6	175.9	927.1
2012	55.2	101.7	4,321.8	187.4	992.2
2013	56.5	107.7	4,869.6	166.6	1,250.8
2014	57.9	114.1	5,440.0	182.1	1,655.2
2015	59.3	123.2	6,228.3	187.0	1,818.7
2016	61.7	112.8	7,009.3	255.1	2,058.0
2017	62.9	116.7	7,704.6	298.2	2,236.7
2018	64.2	117.0	8,573.9	293.8	2,534.5

Sumber : Kemenkop UKM and BPS (2018)

Tabel 2. Usaha Besar (UB)

Tahun	Usaha Besar (UMB)				
	Unit (ribu)	Tenaga Kerja (juta)	PDB ADHB (Rp Miliar)	Ekspor NonMigas (Rp Miliar)	Investasi ADHB (Rp Miliar)
2010	4.7	2.7	2,315.9	790.8	807.1
2011	5.2	2.8	2,657.2	936.8	996.3
2012	5.0	2.9	3,123.5	953.1	990.5
2013	5.0	3.2	3,372.3	1,018.8	1,033.1
2014	5.1	3.5	3,574.9	979.2	954.5
2015	5.0	4.2	3,913.1	996.7	1,149.2
2016	5.4	3.4	4,703.2	1,519.5	1,498.3
2017	5.6	3.6	5,136.2	1,806.2	1,607.9
2018	5.5	3.6	5,464.7	1,750.7	1,680.1

Sumber : Kemenkop UKM and BPS (2018)

Permasalahan mendesak untuk dicarikan jalan keluar adalah upaya-upaya yang dapat dilakukan agar roda perekonomian masyarakat tetap berjalan, meminimalkan pemutusan hubungan kerja oleh perusahaan, penundaan pembayaran kewajiban pajak atau utang perusahaan (Herispon, 2020). Karena pemerintah sebagai penyedia fasilitas, dan pengayom masyarakat harus dapat menciptakan kestabilan politik, keamanan, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan yang mendukung pergerakan menuju perbaikan, pemerataan, dan pertumbuhan ekonomi, sehingga sektor usaha yang dijalankan oleh pelaku ekonomi, khususnya sektor UMKM dapat beraktivitas dengan stabil.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan utama dari studi ini, adalah; i) menginvestigasi lebih dalam tentang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, ii)

melakukan estimasi dan prospek perkembangan UMKM di Indonesia untuk lima tahun kedepan, iii) menunjukkan strategi pengembangan UMKM agar dapat bertahan dan tumbuh berkembang dalam perekonomian nasional. Melihat potensi dan prospek UMKM saat ini dan dimasa mendatang, maka perlu dilakukan studi dan analisis tentang UMKM. Dengan adanya identifikasi isu UMKM dan permasalahan yang dihadapi diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi Pemerintah untuk membantu pengembangan UMKM baik melalui pembinaan maupun penyusunan regulasi sehingga mampu melindungi dan meningkatkan kontribusi UMKM bagi ekonomi nasional.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa kelompok pelaku usaha di Indonesia dibagi dua kelompok usaha, yaitu; 1) usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan usaha besar (UB). *Usaha Mikro* adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, yaitu assets maksimal IDR 50 juta, omzet maksimal IDR 300 juta. *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, yaitu; assets antara IDR 50 sampai 500 juta dengan omzet antara IDR 300 juta sampai 2.5 miliar. *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, yaitu; assets antara IDR 500 juta sampai 10 miliar dengan

omzet antara IDR 2,5 miliar sampai 50 miliar. 2) *usaha besar* adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia (Undang-Undang No 20 Tahun 2008).

Studi tentang UMKM ini didasarkan pada "*Tesis Flexible Specialization*" yang dapat berlaku pada pembangunan ekonomi dan ditunjukkan oleh kontribusi UMKM terhadap perekonomian suatu negara. Dalam studi James & Bhalla (1993) dijelaskan; negara-negara berkembang semakin menyadari bahwa; perhatian yang lebih besar perlu diberikan kepada UMKM. Dalam konteks ini, inovasi dan pembenahan organisasi, tampaknya sangat menarik karena sering dikatakan mampu memfasilitasi pola industrialisasi berdasarkan pada produksi skala kecil yang fleksibel, dari pada teknologi skala besar yang lebih khas dari produksi massal. Selanjutnya Dijk (1994) menekankan peran positif perusahaan kecil adalah salah satu poin kuat dari konsep "*Tesis Flexible Specialization*". Ini dengan tepat menekankan pentingnya hubungan horisontal dan vertikal di antara perusahaan independen. Perusahaan-perusahaan ini mungkin memiliki ukuran yang berbeda, tetapi mereka memiliki sejumlah besar hubungan ke belakang dengan pemasok dan hubungan ke depan dengan klien dan bekerja sama dan / atau bersaing satu sama lain secara teratur.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam studi Rifa'i (2010) dijelaskan, bahwa; seiring dengan berkembangnya perekonomian nasional, maka keterlibatan UMKM dalam perekonomian tersebut akan semakin penting. Argumen utama tesis *flexible specialization* ini adalah UMKM akan berkembang cepat bahkan lebih cepat dari usaha besar dalam proses pembangunan yang sedang berlangsung. Di negara-negara Eropa dan juga di negara maju seperti Jepang, Swedia,

dan AS maka UMKM khususnya di sub-sector elektronik dan otomotif merupakan salah satu sumber penemuan (*invention*), inovasi, dan efisiensi. UMKM tersebut diketahui memiliki kemampuan untuk bersaing dengan usaha besar dan mampu memperbaiki *posisinya* dalam perekonomian. Kemunculan Tesis *Flexible Specialization* ini sekaligus "menghapus" Teori Klasik tentang peran UMKM dalam pembangunan menyatakan bahwa seiring dengan berkembangnya perekonomian nasional, maka keterlibatan UMKM dalam perekonomian daerah tersebut akan semakin kecil dan tergeser oleh peran usaha besar.

Kontribusi dan keunggulan UMKM telah ditunjukkan, yaitu; mampu bertahan dari badai krisis karena beberapa alasan (Herispon, 2011; Ayandibu & Houghton, 2017). *Pertama*, umumnya UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. *Kedua*, UMKM tidak mengandalkan bahan baku impor dan lebih memanfaatkan sumber daya lokal baik dari sisi sumber daya manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. *Ketiga*, umumnya bisnis UMKM menggunakan modal sendiri atau tidak ditopang pinjaman dari bank. *Keempat*, sesuai dengan karakteristiknya UMKM dapat tumbuh dengan mudah dimanapun tempatnya. *Kelima*, Reinkarnasi UMKM sangat cepat, artinya bila satu UMKM hari ini bangkrut, maka besok akan UMKM yang lain lagi. Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, UMKM tidak begitu merasakan pengaruh krisis global yang biasanya ditandai dengan penurunan nilai tukar rupiah yang dalam. Meskipun mempunyai beberapa keunggulan, UMKM juga mempunyai beberapa keterbatasan sehingga usaha ini tidak mampu untuk berkembang. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diantaranya minimnya akses perbankan; kemampuan dan pengetahuan Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih rendah; dikelola dengan cara yang sederhana; penggunaan

teknologi yang terbatas; dan belum mampu mengimbangi perubahan selera konsumen khususnya yang berorientasi ekspor (Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2018).

Banyak studi yang mengemukakan, bahwa isu dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dari waktu ke waktu, pada dasarnya hampir sama, seperti yang dikemukakan oleh studi (Supriyanto, 2006; Wijaya, Nurhadi, & Kuncoro, 2017; Kemenkop UKM & BPS, 2018) di Indonesia, bahwa UMKM mengalami kesulitan dalam Permodalan, Kemampuan manajemen usaha, Kualitas SDM pelaku usaha, Akses informasi yang rendah. Berikutnya studi Sriyana (2010) di Bantul, Indonesia, bahwa yang menjadi kendala bagi UMKM adalah Pemasaran, Modal dan Pendanaan, Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, Pemakaian bahan baku, Peralatan produksi, Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, Rencana pengembangan usaha, Kesiapan menghadapi lingkungan eksternal.

Berdasarkan uraian diatas tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM cukup banyak, namun demikian dapat disimpulkan, bahwa UMKM; Lemah dalam struktur modal (Pham, 2017), Sifat usaha lebih banyak informal (Prameswari, Suharto, & Afatara, 2017), Rendahnya tingkat dan mutu pendidikan (Marijan, 2005), Struktur organisasi sangat sederhana (Herispon, 2011), Tenaga kerja relatif sedikit dan rendah skill (Wijaya et al., 2017), Pembagian kerja kendur, Hirarki manajer kecil, Kurang dalam proses perencanaan (Syahyudi & Hasanuddin, 2018), Kurangnya keterampilan teknis dan administrasi, Hampir tidak ada pelatihan bagi karyawan (Suci, 2017), Tidak mempunyai sistem akuntansi atau bahkan tidak memiliki sama sekali (Sitharam & Hoque, 2016), Sulit membedakan assets usaha dengan assets pribadi (Kartika, 2019), Lemahnya akses dengan lembaga perbankan (Bigliardi, Colacino, & Dormio, 2011), Terbatasnya jaringan informasi, pemasaran dan persaingan global, Lemah dalam sistem pemasaran online (Ruchkina

et al., 2017), Kendala dalam biaya sewa tempat usaha, Orientasi produk untuk kebutuhan lokal, Adopsi teknologi rendah, Perilaku dalam mengelola usaha yang massif (Wilantara & Indrawan, 2016).

Walaupun demikian tantangan dan permasalahan ini dikelompokkan dalam dua bagian, yaitu: permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh UMKM secara bersamaan, serta memerlukan perlindungan, bantuan, pembinaan, melalui Undang-Undang, program dan kebijakan dari pemerintah guna dapat menopang keberadaan UMKM ditengah perekonomian nasional. Sejalan dengan tujuan studi yang dijelaskan diatas, maka pembahasan studi ini fokus kepada indikator yang digunakan BPS-Kemenkop Indonesia, yaitu; jumlah unit usaha UMKM, jumlah tenaga kerja yang diserap, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional, Kontribusi UMKM dalam ekspor non migas, dan besarnya investasi pada UMKM (Kemenkop UKM & BPS, 2018).

METODE

Metode penelitian; menggunakan data sekunder dan data panel time series, maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. *Pengumpulan data;* penelitian ini menggunakan data sekunder (time-series) dengan pertimbangan. *Pertama,* data dan informasi dikumpulkan dari instansi dan lembaga tertentu terhadap data yang sudah dipublikasi. *Kedua,* teknik utama yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah melakukan urutan data time series dalam periode tertentu, selanjutnya dilakukan analisis terhadap data dengan metode tertentu. (Frankel, Wallen, & Hyun, 2012).

Variabel dan pengukurannya; yang dijadikan variabel dalam studi ini adalah; *Kontribusi dan Eksistensi UMKM* di Indonesia dengan analisis sebagai berikut; 1) Kontribusi dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dilakukan dengan pendekatan deskriptif. 2) Eksistensi UMKM dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif,

meliputi; prediksi perkembangan, laju pertumbuhan, dan kontribusi UMKM. Prediksi perkembangan UMKM menggunakan Trend Moment Method dengan pertimbangan bahwa selama 10 tahun terakhir perkembangan UMKM mengikuti pola trend positif (linear), menggunakan persamaan sebagai berikut: $Y^{\wedge} = a + bX_{,,,1}$, $\Sigma X = n.a + b\Sigma X_{,,,2}$, $\Sigma XY = a.\Sigma X + b\Sigma X^2_{,,,3}$). Penjelasan; Y^{\wedge} = prediksi jumlah UMKM pada tahun ke n, a = konstanta, b = trend arah dari perkembangan UMKM pada masing-masing tahun. Selanjutnya laju pertumbuhan UMKM menggunakan persamaan: $L_t = \frac{L_{tp} - L_{t-1}}{L_{t-1}} \times 100$ %. Penjelasan; L_t = laju pertumbuhan tahunan, L_{tp} = data pada tahun sekarang, L_{t-1} = data pada tahun sebelumnya. Terakhir kontribusi UMKM menggunakan persamaan : $K_n = \frac{D_n}{D_t} \times 100$ %. Penjelasan; K_n = kontribusi UMKM pada tahun ke n, D_n = data UMKM pada tahun ke n, D_t = data total UMKM pada tahun tersebut. 3) Strategi pengembangan UMKM dilakukan dengan pendekatan deskriptif berdasarkan hasil analisis estimasi perkembangan dan kontribusi UMKM (Herispon, 2011).

HASIL

Pembahasan dalam studi ini, berkaitan dengan kontribusi dan eksistensi UMKM di Indonesia yang disinkronkan dengan lima indikator utama pada UMKM, yaitu; unit usaha, daya serap tenaga kerja, product domestic bruto atas dasar harga berlaku (PDB ADHB), ekspor non migas, investasi atas dasar harga berlaku (ADHB), Utami & Lantu (2013), Kemenkop UKM & BPS (2018).

Selanjutnya dapat ditunjukkan perkembangan data dan prediksi (diluar pandemic Covid-19) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dan Usaha Besar (UB) dengan menggunakan metode Trend Moment, laju pertumbuhan tahun dan rata-rata tahunan, kontribusi UMKM dan UB di Indonesia dari Tahun 2010-2025. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis, maka laju pertumbuhan tahunan dan kontribusi kuantitas dan kualitas sektor UMKM dan UB terhadap perekonomian nasional periode 2010-2018

dan periode 2010-2025 dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3. Prediksi Kontribusi UMKM dan UB periode 2010-2025

Indikator	Kontribusi Kuantitas Periode 2010 s/d 2025		
	Laju Pertumbuhan (persen)	Kontribusi UMKM (persen)	Kontribusi UB (persen)
Unit usaha	2.32	99.99	0.01
Tenaga Kerja	2.74	96.95	3.05
PDB ADHB	9.89	60.23	39.77
Ekspor non Migas	8.51	14.64	85.36
Investasi ADHB	10.84	55.22	44.78
Indikator	Kontribusi Kualitas Periode 2010 s/d 2018		
	UMKM	UB	
Daya serap Tenaga Kerja per unit usaha	2 orang	644 orang	
PDB ADHB per unit usaha	Rp.96,3 juta	Rp.739,1 milyar	
Ekspor non migas per unit usaha	Rp.3,6 juta	Rp.231,9 milyar	
Investasi ADHB per unit usaha	Rp.27,1 juta	Rp.231,2 milyar	
Indikator	Kontribusi Kualitas Periode 2010 s/d 2025		
	UMKM	UB	
Daya serap Tenaga Kerja per unit usaha	2 orang	694 orang	
PDB ADHB per unit usaha	Rp.127,2 juta	Rp.946,2 milyar	
Ekspor non migas per unit usaha	Rp.4,3 juta	Rp.298,1 milyar	
Investasi ADHB per unit usaha	Rp.37,5 juta	Rp.348,5 milyar	

Sumber : Data diolah 2020.

PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM unggul dalam kuantitas, yaitu; jumlah unit usaha 99.99 persen, tenaga kerja 96.95 persen, product domestic bruto atas dasar harga berlaku (PDB ADHB) 60.23 persen, investasi ADHB 55.22 persen. Sedangkan usaha besar (UB) unggul pada nilai ekspor yaitu 85.36 persen. Disisi kualitas semua sektor UMKM jauh tertinggal oleh usaha besar (UB), yaitu; daya serap tenaga kerja perunit usaha 2 orang, PDB ADHB perunit usaha IDR 96,327,766. Ekspor non migas perunit usaha IDR 3,638,171. Investasi ADHB perunit usaha IDR 27,175315, sedangkan sektor usaha besar (UB) jauh melebihi sektor UMKM, dan kondisi yang sama berlaku untuk prediksi lima tahun kedepan (2020-2025),

dengan penjelasan masing indikator sebagai berikut;

Daya serap tenaga kerja per unit usaha

Hasil menunjukkan, secara kuantitas persentase daya serap tenaga kerja oleh UMKM besar yaitu 99.99 persen, bila dilihat kenyataan daya serap UMKM hanya antara 1 sampai 2 orang perunit usaha. Sedangkan kontribusi sektor usaha besar (UB) hanya 0.01 persen, tapi daya serap tenaga kerja besar, yaitu 644 orang perunit usaha. Selanjutnya, berkaitan dengan legalitas usaha, lebih kurang 70 % dari total usaha UMKM adalah sektor informal atau tidak memiliki legalitas usaha dari pemerintah (Sitharam & Hoque, 2016), seperti; surat izin usaha, surat tanda daftar perusahaan, dan surat lainnya. Kondisi ini terjadi, karena UMKM enggan berurusan dengan birokrasi perizinan dan surat menyurat yang berkaitan dengan kegiatan usaha, ditambah dengan informasi yang berkembang ditengah masyarakat untuk berurusan dengan birokrasi dan administrasi dilembaga keuangan bank atau lembaga pemerintahan banyak menemui kesulitan dan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan (Pham, 2017).

Product domestic bruto atas dasar harga berlaku (PDB-ADHB) per unit usaha.

Nilai ekonomis dan nilai tambah dari produk UMKM relative rendah, karena orientasi produk yang dihasilkan oleh UMKM adalah untuk kebutuhan harian masyarakat atau produk-produk yang dekat dengan kebutuhan masyarakat dan sedikit sekali produk yang dihasilkan dengan orientasi ekspor (Taiwo et al., 2012). Kondisi ini memberikan dampak pada omzet UMKM yang relative kecil dari waktu ke waktu, sehingga sulit untuk melakukan ekspansi usaha. Secara kuantitas kontribusi sektor UMKM terhadap product domestic bruto atas dasar harga berlaku (PDB ADHB) besar yaitu 60.23 persen. Sedangkan kontribusi UB hanya 39.77 persen. Tapi secara kualitas kontribusi UMKM terhadap PDB ADHB hanya sebesar IDR 96,327,766 perunit usaha. Sedangkan kontribusi UB sebesar IDR

739,196,854,301 per unit usaha, berarti disparitas kontribusi UMKM terhadap PDB berbeda jauh dengan UB.

Ekspor non migas per unit usaha

Pemasaran; produk UMKM lebih banyak dipasarkan pada wilayah lokal dan regional, sehingga produk hanya lebih banyak dikenal dilingkungan terbatas (Bigliardi et al., 2011). Untuk kondisi terkini UMKM dihadapkan pada tantangan pemasaran yang lebih kompleks, seperti; online marketing, digital marketing, e-commerce (Prameswari et al., 2017; Ruchkina et al., 2017). Suka atau tidak pelaku UMKM harus dapat mengadopsi perkembangan informasi dan teknologi untuk dapat meningkatkan daya jangkauan produk ke banyak lapisan masyarakat pada wilayah yang lebih luas. Konsekuensinya UMKM harus memiliki kesanggupan modal serta dapat mempersiapkan sumber daya manusianya menghadapi perkembangan informasi dan teknologi tersebut (Kartika, 2019). Pada indikator ini, kontribusi UMKM pada ekspor non migas rendah yaitu 15 persen dibanding sektor usaha besar (UB) dengan kontribusi 85 persen. Secara kualitas kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas sebesar IDR 4,309,692 sedangkan kontribusi UB terhadap ekspor non migas sebesar IDR 231,974,433,105 perunit usaha. Terlihat jelas ketimpangan ekspor non migas antara sektor UMKM dengan UB.

Investasi atas dasar harga berlaku (ADHB) per unit usaha

Pembentukan modal dan akses pada sumber modal formal, seperti lembaga keuangan bank dan lembaga-lembaga pemerintah terkait dengan UMKM (Mongid & Notodihardjo, 2011; Pham, 2017), sudah menjadi rahasia umum, bahwa UMKM tidak dapat dengan leluasa untuk berhubungan dengan bank atau lembaga tertentu. Bagi sektor UMKM fenomena ini cukup berat, tapi bagi sektor UB tidak ada masalah karena modal yang besar. Secara kuantitas kontribusi UMKM terhadap in-

vestasi ADHB sebesar 55.22 persen, sedangkan kontribusi UB terhadap investasi sebesar 44.78 persen, fenomena ini hampirimbang. Tapi secara kualitas kontribusi UMKM perunit usaha sebesar IDR 27,175,315. Sedangkan kontribusi sektor UB perunit usaha sebesar IDR 231,227,815,055. Kenyataan ini juga menunjukkan ketimpangan akumulasi modal dan pembentukan modal yang sangat jauh antara UMKM dengan UB (Tambunan, 2011).

Kepedulian yang terbatas; kepentingan pemberi pinjaman dalam program dan kebijakan, seolah memberikan jaminan kepada UMKM bahwa pembinaan dan pengawasan usaha dilakukan secara berkesinambungan, tapi kenyataan yang sering dijumpai, kepentingan pemberi pinjaman kepada UMKM, hanya berlaku sampai periode pelunasan pinjaman berakhir, setelah itu UMKM harus dapat berjalan sendiri dan mengembangkan usahanya, ada yang berhasil untuk berkembang, ada yang berhasil hanya untuk bertahan saja, bahkan ada perkembangan usaha yang semakin menurun (Pham, 2017), artinya dukungan dari pemerintah sebatas program, kebijakan dan bantuan yang masih berjalan.

UMKM dikota besar atau kota kecil dengan lokasi strategis, dekat pasar atau keramaian, dihadapkan pada persoalan yang cukup berat yaitu lebih dari 80 persen pelaku usaha UMKM menyewa tempat usahanya. Biaya sewa tempat atau bangunan (ruko, toko) perbulan atau pertahun menjadi beban yang cukup berat bagi pelaku UMKM. Bila perputaran omzetnya tidak sebanding dengan sewa tempat ditambah biaya rutinitas hariannya, dapat dipastikan operasional usaha hanya menghabiskan masa kontraknya, selanjutnya pindah dan mencari tempat lain yang dianggap lebih murah biaya sewanya. Ini menjadi satu kendala dan tantangan bagi UMKM dalam menjalankan usahanya, sering disebut UMKM Nomaden (Sitharam & Hoque, 2016; Tambunan, 2019).

Kebijakan Pengembangan UMKM

Kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia secara prinsip telah diatur dengan

jelas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 dalam pasal 1 ayat 8 sampai pasal 13, yaitu; *Pemberdayaan* adalah upaya yang dilakukan Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. *Iklim Usaha* adalah kondisi yang diupayakan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui; pendidikan pelatihan dan adopsi teknologi, bimbingan manajerial dan kepemimpinan, penyampaian informasi yang terkait dengan kualitas, inovasi produk dan kebutuhan pasar internasional, peningkatan orientasi produk lokal ke global, pemberian fasilitas bimbingan pendampingan, bantuan perkuatan untuk menumbuhkan, serta meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Pembiayaan* adalah penyediaan dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank, untuk mengembangkan dan memperkuat permodalan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai program dan kebijakan telah banyak dijalankan hingga saat ini mulai dari kredit candak kulak=KCK, kredit modal kerja permanen=KMKP, kredit investasi kecil =KIK, kredit usaha tani=KUT, kredit usaha kecil=KUK, kredit usaha rakyat=KUR, kredit digital=KD, fi-

nancial technology =FINTECH. Selain itu pemerintah juga telah menganjurkan kepada BUMN dan perusahaan besar untuk menyisihkan 1 sampai 5 % keuntungannya untuk membantu sektor usaha kecil. *Penjaminan* adalah pemberian jaminan pinjaman Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh pemerintah atau lembaga penjamin kredit sebagai dukungan untuk memperbesar kesempatan memperoleh pinjaman dalam rangka memperkuat permodalannya secara inklusif. *Kemitraan* adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar. Dalam pasal 26 dijelaskan bahwa Kemitraan dilaksanakan dengan pola: intiplasma; subkontrak; waralaba; perdagangan umum; distribusi dan keagenan; dan bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti: bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan (*joint venture*), dan penyumberluaran (*outsourcing*), UMKM sebagai vendor BUMN.

Strategi Pengembangan UMKM

Strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM dalam skala regional atau nasional, dapat dilakukan dalam berbagai metode dan model, dan itu banyak ditemukan dalam studi ilmiah, workshop, pelatihan, tapi yang harus dirubah adalah paradigmanya produk dari orientasi kebutuhan lokal menjadi orientasi ekspor dengan meningkatkan kualitas, desain, standard produk, dan teknologi untuk menghasilkan produk (Wilantara & Indrawan, 2016). Data tahun 2018, lebih dari 64 juta unit usaha UMKM, yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia dengan berbagai karakteristik, geografis, etnis yang berbeda-beda (Kemenkop UKM & BPS, 2018). Oleh karenanya terdapat kemungkinan perbedaan metode, model dan strategi yang diadopsi oleh UMKM sesuai dengan karakteristik dan geografis daerahnya, adapun metode, model atau strategi yang dapat diadopsi adalah; *Peningkatan daya saing* produk lokal; melalui jenis dan ketersediaan bahan baku, kualitas dan cita

rasa, proses produksi, teknologi yang digunakan, support pemerintah; skema bantuan keuangan atau pinjaman, tax holiday, kawasan sentra produksi, kebijakan kemitraan, kebijakan investasi, pendidikan dan pelatihan pemasaran online, pemasaran digital, sasaran produk yang dihasilkan untuk lokal atau untuk ekspor (Rahayu & Purwani, 2012; Yantos, 2016). *Satu desa satu produk unggulan* (one vilage one product=OVOP) adalah upaya strategis untuk mengidentifikasi produk lokal dan perluasan pasar. OVOP adalah suatu program berbasis community development, dengan pendekatan pembangunan ekonomi berdasarkan pasar yang diinisiasi. OVOP dimaksudkan untuk membantu pengembangan kemampuan masyarakat desa pada produk tertentu dan meningkatkan ekonomi pedesaan melalui peningkatan pendapatan masyarakat pada level grassroot. Kekhasan pendekatan ini adalah pencapaian pembangunan ekonomi regional melalui peningkatan nilai tambah produk dengan menggunakan sumberdaya lokal yang tersedia melalui pengolahan, kontrol mutu dan pemasaran (Badrudin, 2012).

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi yang menonjolkan kearifan lokal, serta didukung oleh tingkat pendidikan, pendidikan dan pelatihan, penguasaan tehnologi, daya cipta, improvisasi dan inovasi produk sehingga memberikan nilai tambah terhadap satu produk. Pemerintah telah mengadakan program-program berskala besar; i) Peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia pada ajang Trade Expo Indonesia, ii) Pencanaan Tahun Indonesia Kreatif tahun 2009, iii) Pekan Produk Kreatif 2009, iv) Pameran Ekonomi Kreatif (Utami & Lantu, 2013; LPPI & Bank Indonesia, 2015; Suci, 2017).

Membangun sentra-sentra bisnis bagi UMKM, Sentra merupakan unit kecil kawasan yang memilik ciri tertentu dimana didalamnya terdapat kegiatan proses produksi dan merupakan area yang lebih

khusus untuk suatu komoditi kegiatan ekonomi yang telah terbentuk secara alami yang ditunjang oleh sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil dan menengah. Di area sentra tersebut terdapat kesatuan fungsional secara fisik: lahan, geografis, infrastruktur, kelembagaan dan sumberdaya manusia, yang berpotensi untuk berkembangnya kegiatan ekonomi dibawah pengaruh pasar dari suatu produk yang mempunyai nilai jual dan daya saing tinggi (Hashim, 2013). Berdasarkan SK Menteri Negara Koperasi dan UKM No: 32/Kep/M.KUKM/IV/2002, tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra. Sentra didefinisikan sebagai pusat kegiatan di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat usaha yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster. *Klaster* adalah sejumlah perusahaan dan lembaga yang terkonsentrasi pada suatu wilayah, serta saling berhubungan dalam bidang yang khusus dan mendukung persaingan. Klaster tidak hanya dibangun dari hadirnya UMKM, tetapi harus saling terhubung berdasarkan rantai nilai. Klaster industri dapat dipandang sebagai suatu sistem. Setiap entitas pelaku (*stakeholder*) memiliki peran sebagai organ dalam klaster industri tersebut dan terkait satu dengan lainnya dalam metabolisme rantai nilai yang digerakkan oleh aliran barang, jasa, uang, informasi dan pengetahuan dari satu organ ekonomi kepada organ lainnya sebagai energi bagi setiap organ untuk bekerja, bergerak dan saling melayani (Marijan, 2005; Widjajani & Yudoko, 2008; Lestari, 2010).

Kelompok usaha bersama (KUBE) adalah memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam membentuk suatu usaha dan tanpa mempermasalahkan modalnya yang dimana KUBE ini bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk mendukung finansialnya. Lembaga Keuangan Mikro (LKM) juga memberikan pendampingan dalam pengembangan usaha anggota Kelompok Usaha Bersama (LPPI & Bank

Indonesia, 2015).

Sejalan dengan kondisi pandemic Covid-19 strategi pengembangan UMKM untuk dapat bertahan adalah memanfaatkan perkembangan informasi dan teknologi (IT) yaitu media internet, media sosial, dengan melakukan pemasaran online, digital marketing dalam wadah e-commerce untuk dapat meningkatkan volume dan omzet penjualan UMKM. Seperti yang dijelaskan dalam studi Yuliana (2019) bahwa Kementerian Koperasi-UKM pada tahun 2019 telah mencanangkan program 8 juta UMKM untuk go-online, pemberdayaan standarisasi produk UMKM, peningkatan SDM, dan akses pembiayaan melalui Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) yang tersebar di beberapa provinsi. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh PLUT yaitu pembinaan UMKM dan koperasi dalam memanfaatkan media digital. Walaupun demikian impact yang diperoleh dengan memanfaatkan pemasaran online atau digital membutuhkan waktu yang cukup lama yaitu satu sampai tiga tahun, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penyediaan perangkat yang dibutuhkan seiring dengan pemasaran digital tersebut, solusi ini termasuk salah satu pemberdayaan UMKM yang terdekat untuk mengatasi reduksi dan ketidakberdayaan UMKM oleh pandemic Covid-19 (Herispon, 2020).

SIMPULAN

Sektor UMKM unggul secara kuantitas terhadap UB dari jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, product domestic bruto, kondisi tersebut ditunjukkan dalam hasil analisis periode 2010-2025 (lihat tabel 3), tapi disisi lain UB unggul dari sisi kualitas. Kondisi yang terjadi pada UMKM dan UB seolah bertolak belakang atau saling bertentangan, tapi kondisi yang diharapkan adalah sebagai sektor yang komplementer. UMKM dapat berkembang bila diperhatikan, dilakukan pembinaan, pengawasan dan diberikan bantuan modal oleh pemerintah daerah atau pusat, melalui kementerian atau dinas terkait, agar UMKM dapat tumbuh seperti yang diinginkan

semua pihak. UMKM akan tetap berada dalam karakteristik dan lingkungannya yaitu; dengan segala keterbatasan dan kelebihannya, dan UMKM tetap berada ditengah perekonomian nasional. UMKM akan tetap menjadi sektor usaha yang selalu diperhatikan oleh lembaga-lembaga terkait di pemerintahan daerah atau pemerintah pusat.

Walaupun kontribusi UMKM secara kualitas dalam perekonomian nasional rendah, tapi kenyataan tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan UMKM tetap menjadi basis ketahanan ekonomi nasional. Hasil ini support hampir terhadap semua studi sebelumnya, antara lain (Mongid & Notodihardjo, 2011; Tambunan, 2011; Taiwo et al., 2012; Sitharam & Hoque, 2016; Wijaya et al., 2017; Tambunan, 2019). Dapat diprediksi bahwa UMKM akan tetap ada dalam karakteristiknya, yaitu dalam keterbatasan dan kelemahannya. Adalah, menjadi upaya semua pihak khususnya pemerintah daerah dan pusat untuk menjadikan UMKM dapat menjadi usaha yang mandiri dan bertransformasi dari usaha mikro kecil, menjadi usaha menengah dan usaha besar, dengan menjalankan program dan bantuan atau kebijakan dan strategi keberpihakan yang berkelanjutan terhadap sektor UMKM.

Selanjutnya keterbatasan dari studi ini, terletak pada data, yaitu menggunakan data time series dan data sekunder dari beberapa lembaga dan instansi yang sudah dipublish antara periode 2010 sampai 2018. Oleh karenanya studi kedepan dapat menggunakan data cross sectional dan data primer, yang berasal dari populasi atau sampel UMKM secara langsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariani, & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). The Role of Small and Medium Scale Enterprise in Local Economic Development (LED). *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 133–139.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Indonesia 2010-2018*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2018). *Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Riau*. Pekanbaru: BPS Provinsi Riau.
- Badrudin, R. (2012). Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan One Village One Product Untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKN, Yogyakarta*, (December), 1–41.
- Bigliardi, B., Colacino, P., & Dormio, A. I. (2011). Innovative Characteristics of Small and Medium Enterprises. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(2), 83–92. Retrieved from <http://www.jotmi.org>
- Dijk, M. P. Van. (1994). Flexible Specialisation, The New Competition and Industrial Districts. *Economic Faculty Microeconomics and Economic System Erasmus University Rotterdam*, 7(March), 15–27. <https://doi.org/10.1007/BF01074313>
- Frankel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How To Design and Evaluation Research in Education* (Eighth Edi). New York: McGraw Hill. Retrieved from <https://saochhengpheng.files.wordpress.com/>
- Hashim, N. M. H. (2013). Sequential-Simultaneous International Rollout Strategies and Product Performance: A Framework for

- Analysis. *Jurnal Pengurusan*, 39(2013), 3–14.
- Herispon, H. (2011). Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Propinsi Riau. *Jurnal Eko & Bisnis: Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2(1), 33–43. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36975/jeb.v2i1.156>
- Herispon, H. (2020). Dampak Ekonomi Pembatasan Sosial Berskala Besar Terhadap Masyarakat kota Pekanbaru di Provinsi Riau. *Jurnal Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Reviewe)*, 11(2), 164–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.36975/jeb.v11i2.269>
- James, J., & Bhalla, A. (1993). Flexible Specialization, New Technologies and Future Industrialization in Developing Countries. *Journal FUTURES*, 25(6), 713–732.
- Kartika, M. (2019). Public Service and Micro-Small Enterprise Developments in Indonesia. *Integrated Journal of Business and Economics*, 1(January), 108–115. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v3i1.103>
- Kemenkop UKM, & BPS. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) di Indonesia Tahun 2010-2018*.
- Lestari, E. P. (2010). Penguatan Ekonomi Industri Kecil dan Menengah Melalui Platform Klaster Industri. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 6(2), 146–157.
- LPPI, & Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia & Bank Indonesia*, 1(1), 1–149.
- Marijan, K. (2005). Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster. *Jurnal INSAN*, 7(3), 216–225.
- Mongid, A., & Notodihardjo, F. S. (2011). Pengembangan Daya Saing UMKM di Malaysia dan Singapura: Sebuah Komparasi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(Mei), 243–253.
- Pham, H. D. (2017). Determinants of New Small and Medium Enterprises (SMEs) Access to Bank Credit: Case Study in the Phu Tho Province, Vietnam. *International Journal of Business and Management*, 12(7), 83–99. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n7p83>
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Afatara, N. (2017). Developing E-Commerce for Micro Small Medium Enterprise (MSME) to Cope with Cultural Transformation of Online Shopping. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 188–198. <https://doi.org/10.15294/jdm.v8i2.12759>
- Rahayu, N. S., & Purwani, K. (2012). Strategy of Enhancing The Competitiveness of Leather's SMEs: Study in Manding Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 1(2), 129–134.
- Rifa'i, A. (2010). Peran UMKM Dalam Pembangunan Daerah: Fakta di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 1(2), 133–143.

- Ruchkina, G., Melnichuk, M., & Frumina, S. (2017). Small and Medium Enterprises in the Context of Regional Development and Innovations. *Journal of International Studies*, 10(October), 259–271.
<https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-4/20>
- Rusdin, Suryanto, & Muttaqin, Z. (2015). Model Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Kolaborasi. *Universitas Padjajaran, Bandung*, 1(1), 1–32.
- Sitharam, S., & Hoque, M. (2016). Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises in KwaZulu-Natal, South Africa. *Journal Problems and Perspectives in Management*, 14(2), 277–288.
[https://doi.org/10.21511/ppm.14\(2-2\).2016.03](https://doi.org/10.21511/ppm.14(2-2).2016.03)
- Sriyana, J. (2010). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*, 1(1), 79–103.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Journal Ekonomi & Pendidikan*, 3(1), 1–16.
- Syahyudi, E., & Hasanuddin. (2018). Manajemen Pemerintah Kota Pekanbaru Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekanbaru 2015. *JOM FISIP*, 5(1), 1–21.
- Taiwo, M. A., Bako, Y. A., & Ayodeji, A. (2012). Impact of Small and Medium Enterprises on Economic Growth and Development. *American Journal of Business and Management*, 1(1), 18–22.
<https://doi.org/10.11634/21679606170644>
- Tambunan, T. (2011). Development of Micro, Small and Medium Enterprises and Their Constraints : A Story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), 21–43.
- Tambunan, T. (2019). Recent Evidence of the Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(18), 1–15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Undang-Undang No 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM*.
- Utami, R. M., & Lantu, D. C. (2013). Development of Competitiveness Model for Small-Medium Enterprises Among The Creative Industry in Bandung. *The Indonesian Journal of Business Administration*, 2(11), 1309–1318.
- Widjajani, & Yudoko, G. (2008). Keunggulan Kompetitif Industri Kecil di Klaster Industri Kecil Tradisional Dengan Pendekatan Berbasis Sumber Daya: Studi Kasus Pengusaha Industri Kecil Logam Kiara Condong, Bandung. *Jurnal Teknik Industri*, 10(1), 50–64.
- Wijaya, T., Nurhadi, & Kuncoro, A. M. (2017). Exploring The problems Faced by Practitioners of Micro,

- Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(Maret), 38–45. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.38>
- Wilantara, R. F., & Indrawan, R. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*.
- Yantos. (2016). Kebijakan Pemerintah Kabupaten Kampar Terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Koto Mesjid Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal RISALAH*, 27(1), 32–45.
- Yuliana, R. R. D. (2019). Sinergi Lembaga Teknologi Finansial dan Koperasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Finansial Oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(1), 53–66.