

Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia

Asmaira Munthe, M. Yarham, Ridwana Siregar

Program Studi Perbankan Syariah, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Email: asmairamunthe@gmail.com, myarhamlubis@gmail.com, dan

ridwanasiregar94@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Peran penting tersebut telah mendorong Indonesia untuk terus berupaya meningkatkan daya saing UKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan UMKM di kalangan masyarakat dan meningkatkan daya saing UMKM untuk menghadapi MEA 2016 Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tipe diskriptif. Teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling. Proses analisis data dilakukan dengan reduksi data dan menyajikan data yang telah diperoleh untuk kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM dikalangan masyarakat dan meningkatkan daya saing UMKM dilihat dari segi produktivitas : penggunaan alat produksi yang sederhana serta pendidikan SDM pelaku UKM masih rendah namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas. Segi kualitas produk UKM sudah bagus namun perlu peningkatan. Segi nilai : harga produk UKM yang dihasilkan mampu diterima oleh masyarakat, kemudahan dalam pembelian cukup mudah karena telah ada tempat pusat oleh-oleh, ketersediaan produk tersedia apabila ada pesanan. Segi penetapan posisi : UKM melakukan promosi melalui pameran serta media internet. Segi penciptaan brand : sebagian besar produk UKM belum mempunyai hak paten.

Kata kunci: *UMKM, Daya Saing, Strategi*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business activities that are able to expand employment opportunities, provide broad economic services to the community, play a role in the process of equalizing and increasing community income, encourage economic growth, and play a role in realizing national stability. This important role has encouraged Indonesia to continue to strive to increase the competitiveness of SMEs in facing the ASEAN Economic Community (AEC). The aim of this research is to determine the development of MSMEs in society and increase the competitiveness of MSMEs to face the AEC 2016. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive type. The technique for determining informants was carried out using purposive sampling. The data analysis process is carried out by reducing data and presenting the data that has been obtained to then draw conclusions.

Page **593** of **614**

The results of the research show that the development of MSMEs among the community and increasing the competitiveness of MSMEs is seen from a productivity perspective: the use of simple production equipment and human resource education for SMEs is still low but they still produce quality products. In terms of the quality of SME products, it is good but needs improvement. In terms of value: the price of the SME products produced is acceptable to the public, the convenience of purchasing is quite easy because there is a central place for souvenirs, product availability is available if there is an order. In terms of positioning: SMEs carry out promotions through exhibitions and internet media. In terms of brand creation: most SME products do not yet have patent rights.

Keywords: MSMEs, Competitiveness, Strategy

Pendahuluan

Usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan (Hasanah, et.al, 2020), skala usaha, dan omset relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas. UMKM mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja serta pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan. UMKM memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian pasca krisis moneter tahun 1997 di Indonesia. Peranan UMKM dalam perekonomian nasional sangat besar, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbangkan devisa, maupun kontribusinya dalam menyumbang PDB. Jumlah UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penerapan tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional) mencakup program dukungan UMKM, diantaranya dibidang pembiayaan KUR pada masa pandemi, bantuan produktif usaha mikro (BPUM), subsidi bunga/ margin non-KUR, penempatan dana/ penempatan uang negara, penjaminan kredit UMKM, pembiayaan investasi kepada koperasi melalui LPDB KUMKM, pajak penghasilan final (PPH) UMKM ditanggung pemerintah, serta bantuan tunai pedagang kaki lima, warung, dan nelayan(BTPKLWN).

UMKM memiliki peran yang penting dalam mengatasi dampak dan dampak krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 di Indonesia. Dengan latar belakang

ini, maka penting untuk membahas secara mendalam bagaimana peran dan perkembangan UMKM serta strategi mendorong UMKM khususnya dalam meningkatkan akses pembiayaan.

UMKM yang mana dapat diketahui ialah usaha mikro kecil dan menengah, UMKM disini dapat diartikan bahwa UMKM termasuk kedalam peran ekonomi yang capaiannya di Indonesia hadir sejak dulu. Dalam buku berjudul *Pengantar Teori Ekonomi* dapat diartikan ekonomi merupakan seni yang tertua dan ilmu pengetahuan termuda. Masalah-masalah ekonomi lahir serentak dengan terbitnya matahari kemanusiaan puluhan ribu tahun yang silam (Amiruddin, 2013). Tidak ada satupun caang ilmu dunia yang lebih tua atau lebih dahulu lahir daripadanya. Di atas telah disebutkan, bahwa ilmu ekonomi masih harus melalui jarak dan jangka waktu yang panjang sejak zaman Aristoteles hingga ia menemukan bentuknya. Juga telah disebutkan bahwa penjelasan untuk hal ini akan lebih banyak didapatkan dan pelajaran Sejarah Perekonomian.

Penulis akan menyinggung hal ini serba sedikit. Hal yang perlu dicatat adalah bahwa yang akan diuraikan adalah sejarah pemikiran ekonomi Barat. Ini perlu ditegaskan agar jangan ada kesan bahwa di Timur dan di bagian-bagian dunia lainnya tidak ada pemikiran ekonomi. Di Timur dan di bagian-bagian dunia lainnya itu sudah pasti ada pemikiran ekonomi, hanya saja tidak disajikan di sini. Bahkan, selama diutus sebagai seorang nabi dan utusan Tuhan, Nabi Muhammad Saw. telah meletakkan dasar-dasar ekonomi yang amat kuat berlandaskan akhlak tinggi dan ketaatan kepada tuhan bahkan juga Nabi masuk kedalam dunia perekonomian sejak dulu yaitu melalui perekonomian berdagang.

Penulis juga akan mengkaji tentang perekonomian Indonesia melalui peranan UMKM yang mana hari nasional UMKM bermula dari piagam Yogyakarta hasil Kongres UMKM pada 25-26 mei 2016 yang di ikuti oleh ratusan pendamping koperasi dan UMKM seluruh Indonesia. Dipilihnya tanggal 12 agustus sebagai Hari nasional UMKM mengacu tanggal lahir Bapak kopperasi, Bung Hatta (12 agustus 1902) (Wibowo & Sulistyawati, 2023).

Berangkat dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menganalisis lebih lanjut tentang peranan UMKM terhadap perekonomian

Indonesia dan tak lepas juga Penulis menganalisis tentang ekonomi mikro yang mana UMKM termasuk ke dalam Usaha Mikro.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, tabel, dan angka-angka (Danim, 2002). Metode penelitian ini juga dengan metode pengamatan dari beberapa sumber dan referensi yang di teliti dengan baik yaitu dari beberapa buku, jurnal, skripsi dan sumber internet.

Hasil Dan Pembahasan

1. Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2000 - 2008

Kinerja perekonomian suatu negara umumnya diukur oleh beberapa indikator ekonomi yang bisa mencerminkan tingkat kegiatan ekonomi di masyarakat. Perkembangan indikator-indikator ini tidak saja dapat berpengaruh pada tingkat stabilitas ekonomi, tetapi juga pada tingkat kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu indikator ekonomi terpenting adalah pertumbuhan ekonomi, yang untuk pencapaiannya tidak saja dipengaruhi oleh tersedianya pembiayaan yang memadai, tetapi juga oleh masalah distribusi sumber daya yang ada.

Dilihat dari pertumbuhan secara keseluruhan perekonomian Indonesia menggambarkan kinerja yang cukup menggembirakan selama periode tahun 2000-2008, dengan pencapaian pertumbuhan ekonomi yang elif membaik. Bahkan sejak 2004 ekonomi Indonesia memperlihatkan pertumbuhan yang kop fema yaitu sekitar 5,05 persen, dan pada tahun 2005 penambahan demo Indonesia mencatat tingkatan yang lebih ung lagi, yaitu selu 560 persen. Dua tahun berikutnya, pada tahun 2006 das 2007, pertumbuhan ekonomi berturut turut mencapai 5,51 persen dan 6,28 persen Dan pada tahun 2008 ekonomi Indonesia tumbuh sekitar 6,1 persen (Bank Indonesia, 2009), meskipun berada dalam berbagai tekanan dari ein eksternal seperti tingginy harga minyak bum dan harga beberapa komodin dunia lainnya, serta melambatnya pertumbuhan ekonomi global.

Melihat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus membuk tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam kurun waktu 2000 2008 aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia berjalan cukup lancar Apalagi jika mencermati indikator ekonomi makro lainnya sepers inflasi, ekspor-impor, suku bunga, dan kurs rupiah. Keempat indikator ekonomi makro tersebut sampai akhir triwulan II 2008 menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia telah berada dalam situasi yang relatif stabil, dan bahkan cenderung menguat.

Namun sistem ekonomi Indonesia yang bersifat terbuka telah menjadikan Indonesia sangat mudah dipengaruhi oleh situasi per- ekonomian global. Perekonomian Indonesia tidak bisa terlepas dari perubahan-perubahan yang terjadi di perekonomian global, baik secara positif maupun negative (Haspramudillah, 2022). Di tahun 2008, Indonesia sangat merasakan fluktuasi perekonomian dunia yang sangat cepat, bahkan dalam jangka waktu yang tidak lama telah terjadi perubahan yang cukup berari dari satu titik ekstrem ke titik ekstrem berikutnya.

Di awal tahun 2008, perekonomian Indonesia mendapat pengaruh negatif dari krisis energi dan krisis komoditas. Krisis energi ditandat dengan naiknya harga bahan bakar minyak (BBM) sebagai akibat. naiknya harga minyak mentah internasional (Herawati & Gustan, 2019), sedangkan krisis komoditas ditandai dengan naiknya harga komoditas di pasar internasional. Kenaikan harga BBM dan kenaikan harga berbagai komoditas tersebut telah mengganggu perekonomian Indonesia, khususnya terkait dengan anggaran pemerintah yang membengkak akibat melonjaknya subs BBM. Laju inflasi juga meningkat, yang berdampak pada tingkat suku bugs perbankan. Meskipun mulai diturunkan pada bulan Desember 2008, secara umum BI Rate di tahun 2008 berada pada meningkat, yang berbanding terbalik dengan perkembangannya di tahun 2007 yang cenderung menurun.

Turbulensi yang terjadi di pasar keuangan global sejak akhir triwulan III/2008, pasca bangkrutnya lembaga investasi Lehman Brothers di Amerika Serika, mengakibatkan pertumbuhan ekonomin global, yang sudah terganggu akibat kasus subprime mortgage, semakin melambat Pertumbuhan ekonomi dunia tahun 2008 yang semula diprediksikan rumbuh 4,1 persen diawal tahun 2008 direvisi menjadi 3,9 persen pada September 2008 (Abimayu, 2008) dan kemudian direvisi lagi

menjadi 3,4 persen pada Januari 2009. Ini berarti pada triwulan IV/2008 hampir semua negara mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi, tak terkecuali Indonesia. Bahkan pada beberapa negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat, kawasan Euro (negara yang menggunakan mata uang Euro) serta Inggris mengalami kontraksi perekonomian masing-masing 3,4 persen, 0,7 persen, 0,7 persen, dan 1,8 persen.

Selain disebabkan oleh krisis keuangan global, kenaikan harga minyak, harga hasil pertanian serta harga hasil tambang yang sangat signifikan pada dua triwulan pertama tahun 2008, juga menjadi pemicu melambatnya pertumbuhan ekonomi dunia tersebut. Namun pada dua triwulan terakhir tahun 2008, harga berbagai komoditas di pasar inter- nasional sudah menurun.

Penurunan harga yang cukup signifikan terjadi di triwulan IV/2008, terutama pada minyak, gas alam, dan hasil tambang seperti emas, perak, nikel, timah, tembaga, aluminium serta kelompok komoditas pangan dan perkebunan seperti beras, jagung, CPO, karet, dan kapas. Keseluruhan kondisi ini menyebabkan pertumbuhan volume perdagangan dunia turun dari 7,2 persen di tahun 2007 menjadi 4,1 persen di tahun 2008.

2. Pengertian UMKM

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang (Afrida, et.al, 2022). Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur (Husniyah, et.al, 2022). Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Definisi UMKM berbeda antara satu negara dengan negara lainnya dan berbeda pula (Hanim, 2018) definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga dunia. Tidak adasatu kesepakatan terhadap definisi UMKM. Umumnya, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yang dipergunakan, jumlah kapital dan omzet dari kegiatan yang dihasilkan, serta dapat pula didefinisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya.

UMKM dapat didefinisikan berdasarkan beberapa kriteria yang berbeda, yang dapat mencakup jumlah karyawan, jumlah penjualan atau pendapatan, dan/atau jumlah aset atau modal yang dimiliki bisnis. Standar klasifikasi untuk setiap kriteria juga dapat berbeda sesuai dengan sektor atau industri mana bisnis beroperasi (Hanim, 2018). Karena itu, ekonomi dapat menggunakan kombinasi kriteria, dan berbagai standar untuk memenuhi kriteria tersebut, untuk menentukan apakah suatu perusahaan tertentu diklasifikasikan sebagai UMKM, Berbagai lembaga dalam suatu ekonomi juga mungkin berguna untuk mendefinisikan UMKM secara berbeda untuk mengimplementasikan berbagai inisiatif yang diarahkan untuk UMKM. Oleh karena itu, definisi UMKM dapat bervariasi bahkan dalam suatu perekonomian. Mengingat bahwa definisi UMKM mencerminkan karakteristik ekonomi yang mendasarinya, tidak mengherankan bahwa definisi UMKM bervariasi secara substansial di seluruh dunia.

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Hanin, 2018). Dalam Bab I (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa UMI adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam UU tersebut. UK 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 UM atau UB yang memenuhi kriteria UK sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Adapun UM 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 UMI, UK atau UB yang memenuhi kriteria UM sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Di dalam UU tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria ini, menurut UU itu, UMI adalah unit usaha yang memiliki nilai aset paling banyak Rp 50 juta, atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp 300 juta; UK dengan nilai aset lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga maksimum Rp 2.500.000.000,00; dan UM adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga paling banyak Rp 10 miliar, atau memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp 2 miliar lima ratus juta sampai paling tinggi Rp 50 miliar (Tambunan, 2009).

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS) selama ini juga menggunakan jumlah pekerja (APEC) juga menggunakan kriteria jumlah penjualan atau pendapatan dan/atau jumlah aset atau modal untuk mendefinisikan UMKM. Sekitar setengah dari anggota APEC memiliki standar klasifikasi yang menjadi faktor dalam sektor atau industri mana bisnis beroperasi. Di beberapa ekonomi APEC, perusahaan harus memenuhi semua kriteria untuk diklasifikasikan sebagai UMKM, sedangkan di ekonomi APEC lainnya, perusahaan harus memenuhi hanya satu atau dua kriteria. Beberapa anggota APEC, seperti Meksiko dan Papua Nugini, menggunakan formula atau matriks penilaian berdasarkan standar kriteria khusus untuk mengklasifikasikan UMKM. sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara UMI, UK, UM, dan UB misalnya, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMI (atau di sektor industri manufaktur umum disebut industri rumah tangga) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang; UK antara 5 hingga 19 pekerja; dan UM dari 20 sampai dengan 99 orang (Hanim, 2018). Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori UB (lima puluh miliar rupiah). Sebagai

perbandingan, banyak negara (secara resmi disebut ekonomi) di Asia dan Pasifik yang tergabung dalam Asia-Pacific Economic Cooperation (Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat UMKM merupakan usaha yang paling banyak tumbuh dan menopang perekonomian kerakyatan di Indonesia.

Pertumbuhan UMKM berdampak pada perekonomian secara keseluruhan serta berkontribusi pada penyelesaian masalah pengangguran dan terbukti mampu menyerap tenaga kerja (Sutrisno, 2017). UMKM juga merupakan bagian ekonomi kreatif atau disebut juga industry kreatif. Industry kreatif yang meliputi kuliner, fashion, kriya, televise dan radio, penerbitan arsitektur, aplikasi dan game developer, periklanan, music, fotografi, seni pertunjukan, desain produk, seni rupa, desain interior, film, desain komunikasi visua. Dari berbagai macam ragam industri kreatif tersebut UMKM paling dominan ada pada industri kreatif kuliner.

UMKM memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dengan usaha besar, seperti 1) sebagian besar UMKM dimiliki oleh perseorangan; 2) modal relative kecil; 3) keuangan perusahaan menjadi satu dengan keuangan pemilik yang disebabkan oleh belum diterapkannya oleh prinsip akuntansi; 4) sering terjadi transaksi langsung dengan pemilik. Secara umum UMKM berkontribusi penting bagi perekonomian di Indonesia karena mampu menciptakan investasi nasional, berkontribusi pada PDB serta penyerapan tenaga kerja.

Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015), sedangkan usaha kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari uusaha menengah atau usaha besar. UMKM dari segi omset mempunyai kriteria sebagai berikut

Tabel 1 Kriteria Usaha

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta – Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar (Hanim, 2018)

Tujuan pemberdayaan UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab II (Pasal 5) adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

3. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan "sifat atau kondisi fluktuatif yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya" (Rafinaldy, 2006). Kriteria UMKM dapat dilihat dari aspek komoditas yang dihasilkan dan aspek manajemen. Berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM memiliki karakteristik sebagai berikut;

1. Kualitasnya belum memenuhi standard
2. Keterbatasan desain produk yang dimiliki oleh produk UMKM.
3. Terbatasnya jenis produk,
4. Terbatasnya kapasitas dan price list produknya (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 2015)

Berdasarkan aspek manajemen karakteristik UMKM adalah sebagai berikut:

1. Jenis komoditi/barang yang ada pada usahanya tidak tetap atau bisa berganti sewaktu-waktu.
2. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu.
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.
4. Sumber daya manusia "SDM" didalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah.
6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
7. Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 2015)

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian, dengan peran tersebut UMKM memiliki karakteristik khusus membedakan dengan skala besar. Pertama, jumlah unit UMKM mendominasi pelaku usaha yang berada di perekonomian. Menurut data ADB (2020), rata-rata share jumlah UMKM negara di kawasan ASEAN mencapai 98% dari total unit usaha dan menyerap 68% tenaga kerja. Data IFC (2010) menunjukkan bahwa struktur UMKM berturut-turut yaitu usaha mikro (65-70%), usaha kecil (20%), dan usaha menengah (5-10%). Meskipun UMKM mendominasi struktur usaha, namun kontribusi terhadap nilai ekspor hanya sekitar 20% dan nilai tambah terhadap perekonomian hanya sebesar 43%. Kedua, sebagian besar UMKM masih bersifat informal. Internasional Labour Organization / ILO (2020) menjelaskan bahwa perusahaan informal biasanya merupakan unit skala kecil yang tidak terdaftar, mempekerjakan sepuluh atau lebih pekerja berketerampilan rendah, pekerja keluarga yang tidak dibayar, terutama perempuan yang bekerja dalam konsisi rentan, dan tanpa perlindungan sosial (Hendro, et.al, 2021).

Ketiga, UMKM biasanya bergerak di dalam sector perdagangan. Sebagian besar operasional bisnis berteknologi rendah dan berfokus pada pasar dalam negeri. Sementara UMKM sektor manufaktur hanya menyumbang sekitar 13%.

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi factual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan segala skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam 3 jenis, yaitu :

1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang)
2. Usaha kecil (jumlah karyawan 30 orang)
3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang) (Hanim, 2018).

Dalam perpektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu :

- a. UMKM sector informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang memperwirausaha dengan menjalin kerja sama (menerima pekerjaan subkontrak) dan eksplor.
- d. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cukup dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam undang-undang tersebut UMKM dijelaskan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

4. Peran UMKM Bagi Perekonomian Bangsa

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah adalah entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki

kekayaan bersih lebih besar dari Rp200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan (Susanti & Wardiningsih, 2021).

Pada faktanya, UMKM memiliki peran yang dominan bagi pembangunan perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu, kemajuan usaha di sektor UMKM menjadi sebuah keharusan demi terciptanya kesejahteraan rakyat Indonesia yang seluas-luasnya dan merata.

Berikut berbagai peran UMKM bagi kemajuan dan pembangunan perekonomian Indonesia:

- Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto

Produk Domestik Bruto (PDB) adalah sebuah ukuran makro ekonomi yang memperlihatkan kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang dan jasa dalam kurun waktu tertentu. Indonesia termasuk kumpulan 20 negara penghasil PDB terbesar di dunia. Menurut data Kementerian Negara Koperasi dan UKM pada 2009, Porsi UMKM adalah sebesar 58,17% terhadap jumlah PDB (berdasarkan tahun dasar 2000). Kemudian, pertumbuhan sektor UMKM dari 2005 hingga 2009 sebesar 24,01%, sedangkan Usaha Besar hanya 13,26% pertumbuhannya. Data tersebut membuktikan bahwa UMKM memiliki peran yang besar bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

- Daya Serap Tenaga Kerja Terbesar.

Daya serap tenaga kerja merupakan salah satu ukuran penting dalam menilai peran suatu sektor ekonomi. Hal tersebut membuktikan bagaimana peran sektor ekonomi tersebut dalam menyediakan lapangan kerja dan sekaligus berperan sebagai pengurang masalah pengangguran. Selain itu, juga berperan dalam mengatasi masalah sosial lainnya tidak hanya di bidang ekonomi. Masih menurut data Kementerian Negara Koperasi dan UKM, pada 2009 sektor UMKM memiliki daya serap tenaga kerja sebesar 97,3% dari total angkatan kerja di Indonesia. Atau sebesar 96.211.332 orang dari total angkatan kerja di Indonesia sebesar 98.886.003 orang. Data tersebut membuktikan secara fakta besarnya peran UMKM bagi kehidupan masyarakat Indonesia.

- Entrepreneurship Sebagai Solusi Masalah Perekonomian bangsa.

Peran Entrepreneurship atau Kewirausahaan dalam literatur Teori Ilmu Ekonomi yang dikemukakan oleh seorang ekonom kenamaan di masa lampau Joseph.A.Schumpeter (1883-1950) tentang siklus ekonomi yang intinya menyatakan bahwa sebuah perekonomian akan tumbuh dan berkembang karena adanya inovasi dalam proses produksi (Sugiarto, 2023). Inovasi tersebut hanya bisa dilakukan oleh seorang entrepreneur atau wirausahawan. Sebab, seorang wirausaha merupakan pelaku ekonomi yang menjadikan suatu hal dari tak bernilai menjadi suatu hal yang bernilai. Oleh karena itu, jelaslah peran Kewirausahaan di sektor UMKM memiliki peran besar sebagai solusi masalah perekonomian bangsa ini. Jadi, bagaimanakah dengan pilihan peran kita? Semoga peran kita menjadi bagian solusi bangsa.

5. Peran Akuntansi Untuk UMKM

Proses pengelolaan keuangan dengan menggunakan akuntansi tentu saja memiliki manfaat yang besar bagi kelangsungan suatu perusahaan, bukan sekedar memberikan laporan aktivitas keuangan yang sedang berjalan, melainkan juga dapat memberikan dasar informasi dalam pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan usaha (Astiningsih, 2023).

Secara rinci, manfaat akuntansi bagi UMKM dapat dibagi sebagai berikut

- Memperlancar Kegiatan Usaha
- Bahan Evaluasi Kinerja Perusahaan
- Melakukan Perencanaan yang Efektif
- Meyakinkan Pihak diluar Perusahaan (Astiningsih, 2023).

Akuntansi sangat berperan penting dalam sebuah usaha ekonomi terutama dalam usaha ekonomi Mikro kecil dan menengah bukan hanya dalam sebuah organisasi dan perusahaan besar akan tetapi usaha mikro kecil dan menengah juga membutuhkan laporan keuangan baik individu maupun kelompok.

6. Inti Masalah

Perkembangan UMKM yang ada di Indonesia dewasa ini dapat dilakukan melaju dengan pesat seiring dengan kemampuan UMKM yang dapat bertahan dalam

menghadapi krisis globalisasi yang terjadi di Indonesia. UMKM mulai diperhatikan oleh berbagai kalangan baik dari pengusaha, pemilik modal maupun dari pemerintah, karena UMKM sudah terbukti dapat memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap PDB nasional. Disamping itu UMKM dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dibanding usaha besar. Menurut data BPS (2013) UMKM berkontribusi 97,16%.

Terhadap penyerapan tenaga kerja, sehingga hal ini dapat mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan yang sangat menggembirakan dikarenakan berhasil menyumbangkan 57% dari PDB (Data BPS 2006-2010) dimana UMKM meningkat bukan hanya dari segi kuantitas melainkan tenaga kerja, modal serta asset mereka. UMKM juga dikatakan usaha ekonomi produktif yang cukup kuat, sekalipun terjadi gejolak atau krisis UMKM tidak terkena dampak yang begitu menyedihkan. Hal tersebut dikarena prinsip kemandirian yang dimiliki yang artinya UMKM memiliki modal sendiri dan tidak terlalu bergantung pada lembaga lain sehingga membuat mereka kokoh hingga saat ini dan menjadi katup perekonomian negara (Abduh, 2017). Pencapaian peningkatan bagi UMKM ini tidak didapat hanya dengan waktu yang singkat. Masih banyak tantangan yang harus dilalui dan banyak masalah yang harus diselesaikan baik secara modal, tenaga kerja, kegiatan produksi dan untuk mengatasi gejolak yang datang maka tidak mustahil akan ada juga UMKM yang kolaps.

Kendala yang dihadapi UMKM di Indonesia pada umumnya adalah masalah struktur permodalan, lemahnya akses pemasaran dan rendahnya kualitas sumber daya manusia. Hal ini membuat banyak UMKM dipandang tidak *feasible* untuk memperoleh pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan formal lainnya (Nurani, 2019). Dari berbagai konsep mengenai pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi, berikut beberapa pilihan strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM yaitu:

1. Kemudahan dalam akses permodalan

Salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM adalah aspek permodalan. Lambannya akumulasi capital dikalangan pengusaha mikro, kecil dan menengah, merupakan salah satu penyebab lambannya laju perkembangan usaha dan rendahnya surplus usaha disektor usaha mikro, kecil dan menengah. Faktor modal juga menjadi salah satu sebab tidak munculnya usaha usaha baru diluar sektor ekstraktif. Oleh sebab itu, dalam pemberdayaan UMKM pemecahan dalam aspek modal ini penting dan memang harus dilakukan.

Selain kemudahan memperoleh modal dari negeri, UMKM juga bias diarahkan dan diusahakan kepada kemudahan akses dalam memperoleh modal asing atau investasi penanaman modal asing (*foreign direct investment*). Akan tetapi PMA ini harus dibatasi demi kepentingan usaha local seperti yang tertuang dalam undang undang nomor 25 tahun 2007 tentang PMA seperti kebijakan pembatasan usaha bagi pelaku usaha asing misalnya adanya Daftar Negatif Investasi (DNI) yang secara berkala di review, (ii) kewajiban divestasi untuk membangun kemitraan dengan usaha mikro, kecil dan menengah(kemitraan UMKM), kewajiban memprioritaskan local content (*prioritas local content*).

2. Bantuan pembangunan prasarana

Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat kalua hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau walaupun dapat dijual tetapi dengan harga yang amat rendah. Oleh sebab itu, komponen penting dalam usaha pemberdayaan UMKM adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran atau transportasi dari lokasi produksi kepasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan petani dan pengusaha mikro, pengusaha kecil dan pengusaha menengah (Normansyah, 2022).

Dengan adanya kemitraan yang telah dibangun antara UMKM dan PT PMA diharapkan pihak PT PMA untuk dapat memperkenalkan UMKM diluar negeri sehingga produk lebih dikenal.

3. Pengembangan sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi setiap usaha termasuk juga disektor usaha kecil. Keberhasilan industri skala kecil untuk menembus pasar global atau menghadapi produk produk impor dipasar domestik ditentukan oleh kemampuan pelaku pelaku dalam industri kecil tersebut untuk mengembangkan produk produk usahanya sehingga tetap eksis. Kelemahan utama pengembangan usaha kecil menengah diindonesia karena kurangnya keterampilan sumber daya manusia. Manajemen yang ada relative masih tradisional. Oleh karena itu, dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah, pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi usaha mikro dalam aspek kewiraswastaan, administrasi, dan pengetahuan serta keterampilan dalam pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan dan pelatihan, seminar dan lokakarya, *on the job training*, pemagangan dan kerja sama usaha.

7. Tiktok Shop Ditutup, Pemerintah Selamatkan UMKM Indonesia

Keberanian pemerintah saat ini dipertaruhkan dengan melarang Social commerce dimana contoh realnya adalah TikTok shop di hentikan. Pemerintah Indonesia telah merevisi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Sebelum melihat keberanian pemerintah dalam menutup TikTok shop banyak hal yang harus dipahami bahwa perbedaan Social commerce dan e-commerce tentu dua hal yang berbeda. Social commerce adalah menggabungkan jejaring sosial dan e-commerce dengan iklan tertarget dan personal. Sedangkan e-commerce adalah transaksi yang diselesaikan lewat e-commerce terjadi melalui platform penjualan online situs web e-niaga dan pasar digital. Adanya perbedaan yang terjadi, maka sewajarnya keduanya menjadi tunggal karena platform dapat memperoleh big data dari penggunaan algoritma yang bertujuan mengendalikan penjualan dan sponsor pada konsumen, dimana produk-produk yang dihasilkan UMKM trending di TikTok shop diproduksi ulang di negara Cina dengan harga yang murah.

Saat ini pemerintah berusaha semaksimal mungkin menyelamatkan UMKM di Indonesia dengan merevisi pemendag Nomor 50 tahun 2020. Pemerintah dalam hal ini bertindak cukup cepat karena jika tidak dilakukan maka perekonomian akan bermasalah, ditambah lagi UMKM yang sepanjang tahun dapat menyumbang dan penyelamat ekonomi di Indonesia (Muhtarom, 2023) menjadi tidak berdaya akan perubahan digitalisasi yang terus berkembang.

Permasalahan platform penjualan online tidak hanya terjadi pada TikTok shop tetapi pada platform yang menerapkan Social commerce dan e-commerce menurut Survei Populix mengungkapkan bahwa 86 persen responden pernah berbelanja social commerce. Platform paling banyak digunakan adalah TikTok Shop (45 persen), diikuti WhatsApp (21 persen), Facebook Shop (10 persen), dan Instagram Shop (10 persen) yang didominasi oleh kaum Perempuan (Bestari, 2022). Jika pengguna TikTok shop dihentikan maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan berubah ke platform yang lain karena loyalitas konsumen di Indonesia masih sangat rendah. Konsumen akan terus mencari produk lebih murah meskipun produk tersebut diproduksi dari luar negeri. UMKM di Indonesia harus bisa menghadapi persaingan global dengan memberikan produk-produk yang inovatif dan berdaya saing tinggi, penyelamatan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah tidak akan berlangsung lama karena tuntutan harga kompetitif dan juga penggunaan digitalisasi yang cepat menyebabkan regulasi yang dilakukan oleh pemerintah harus update dan memihak pada UMKM di Indonesia.

Tantangan peluang saat ini akan menjadi momok tersendiri bagi pemerintah dan UMKM ke depan karena produsen UMKM masih menjadi pengguna Platform penjualan online dari pihak luar negeri, dimana kemungkinan monopoli, pengendalian harga, promosi dan algoritma untuk memperoleh big data masih bisa dilakukan oleh pemilik aplikasi (Muhtarom, 2023). Pemerintah harus menyelamatkan UMKM di Indonesia karena awal mula penyelamat krisis ekonomi 1998 sampai beberapa tahun sebelumnya. UMKM bukan hanya nyawa bangsa kita tetapi juga menyerap tenaga kerja kedua setelah sector pertanian.

8. Alasan Tiktok Shop ditutup

Dimulai dari laporan pedagang di Tanah Abang, para pedagang di pusat grosir terbesar di Asia Tenggara ini mengeluhkan mengalami kerugian keuntungan lebih dari 50 persen karena mereka tidak dapat bersaing dengan produk impor yang dijual dengan harga yang jauh lebih rendah melalui Tiktok Shop.

Fitur "live" TikTok yang memungkinkan orang menjual barang dinilai merugikan UMKM lokal yang berdagang secara offline. Pemerintah kemudian menyoroti keprihatinan masyarakat atas TikTok Shop yang berperan dalam penurunan omset UMKM lokal dan pasar tradisional. Bahkan Presiden Joko Widodo telah menyuarakan keprihatinannya atas penjual e-commerce yang menggunakan harga rendah di platform media sosial, hingga mengancam pasar offline di Indonesia.

Ke depannya TikTok masih boleh beroperasi di Indonesia tetapi hanya sebagai platform untuk mengiklankan produk dan tidak boleh melakukan transaksi langsung. Sebagai konteks, Indonesia adalah rumah bagi 64,2 juta usaha mikro, kecil, dan menengah yang berkontribusi 61 persen bagi produk domestik bruto. Jika TikTok shop terus beroperasi maka Tiktok shop berpotensi memonopoli pasar karena pembeli online dapat dipengaruhi oleh percakapan langsung di media sosial.

Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil beberapa kesimpulan tentang peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia sebagai berikut :

- a. Perkembangan UMKM dewasa ini mengalami peningkatan cukup pesat dibanding tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan kepedulian berbagai pihak yang mulai tertarik dengan UMKM yang mampu bertahan dari gelombang krisis dan tepat menyerap jumlah tenaga kerja yang besar dibanding usaha besar lainnya serta mampu memberi sumbangan cukup besar terhadap PDB nasional.
- b. UMKM memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2013, aktivitas bisnis UMKM berkontribusi 97,16% terhadap

penyerapan tenaga kerja dan menyumbang 57,94% terhadap PDB nasional. Disamping itu UMKM sudah terbukti mampu bertahan dari gelombang krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia. Kemampuan bertahan UMKM ini merupakan jaminan bagi keamanan dalam negeri dalam menghadapi krisis ekonomi.

Daftar Pustaka

Abduh Thamrin Abduh, *Strategi Internasional UMKM*, Makassar : CV. Sah Media, Oktober 2017, hal 31

Abid Muhtarom, *Tiktok Shop Ditutup Pemerintah Selamatkan UMKM Indonesia*, google news, 29 September 2023, beritajatim.com

Amiruddin, *Ekonomi Mikro, Makassar* : Alauddin University Press, 2013

Anggito Abimanyu dan Andiye Megantara, *Perlambatan Ekonomi Dunia dan Perubahan Asumsi APBN 2008*, Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 21 Februari 2008

Annisa Husniyah dkk, *Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran di Kota Sibolga*, Vol 2 No 1, 2022

Bank Indonesia, *Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2008*, Direktorat Riset Ekonomi dan Kebijakan Moneter, 3 April 2009

Danim Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan Humaniora*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002

Dara Haspramudillah, *Dinamika Ekonomi Global dan Pengaruhnya Bagi Indonesia*, Mk+, 1 April 2022

Della Rohma Dwi Astiningsih dkk, *PENGENALAN AKUNTANSI DASAR UNTUK UMKM*, Banyuwangi , Vol. 6 No. 1 , 2023

Direktorat Jendral Perbendaharaan, *Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia*, Kementerian Keuangan RI, 27 Juni 2023

Eddy Cahyono Sugiarto, *Kewirausahaan UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi*, Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 07 oktober 2023

Galih Aprilia Wibowo dan Anik Sulistyawati, *Sia Perayaan Hari UMKM Nasional 2023 Digelar di Solo*, solo pos, 10 agustus 2023, Perayaan Hari UMKM Nasional 2023 Digelar di Solo

Hanim Lathifah, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*, Semarang : UNISSULA PRESS, 2018

Hasanah Nuramali dkk, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, jawa timur : Uwais Inspirasi Indonesia, 2020

- Hasmiah Herawati Dan Mukarramah Gustan, *Penyebab Dan Upaya Yang Dilakukan Para Pemerintah Dunia Saat Krisis Global 2008*, Vol 2 No 1, Maret 2019
- Hendro dkk, Identifikasi Kriteria Pekerja Informal terhadap Pemilik Usaha
Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,
“*Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Rerus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*”, Siaran Pers, 1 oktober 2022
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Jakarta : Bank Indonesia, 2015
- Makan-Minum di Jakarta, Vol 4 No 1, 2021
- Mutiara Nurani, Skripsi: *Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung : UINRIL , 2019
- Normansyah, *Memberdayakan UMKM Dalam Ekonomi Di Kelurahan Bunut Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan*, Vol 3 No 2, Juni 2022
- Septilia Arfida dkk, Pemanfaatan Teknologi Pada Penjualan UMKM Bintang Mandiri Desa Wai Muli Timur Kecamatan Rajabasa Lampung Selatan, Vol 1 No 10, Oktober 2022
- Susanti Retno Dan Suprihatmi Sri Wardiningsih, *Strategi Pemasaran UMKM Melalui Digital Marketing*, Surakarta : Deepublish ,2021
- Tambunan Tulus, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia*,Bogor : Ghalia Indonesia, 2009

