

## PENGUATAN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA

GUNARTIN

*Dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang*

*dosen01339@unpam.ac.id*

### ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM terbukti menjadi penggerak roda perekonomian nasional dengan kontribusi dan perannya dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dibanding entitas bisnis lainnya, membuktikan bahwa UMKM mampu menekan jumlah angka pengangguran dan kemiskinan. Permasalahan yang umum dihadapi pelaku UMKM seperti keterbatasan permodalan, SDM yang kurang kompeten dibidangnya dan penggunaan teknologi perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk penguatan. Tujuan penelitian ini ingin mendeskripsikan bahwa penguatan UMKM mampu mewujudkan peran UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. Metodologi pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data dengan menggunakan metode literatur yaitu dengan cara pengumpulan data pustaka. Sumber data adalah textbook, artikel, jurnal, review literatur dan data statistik. Analisa mengacu pada penelitian terdahulu dari hasil studi literatur. Hasil penelitian dapat dideskripsikan bahwa dalam kurun waktu lima tahun (2012-2017) dengan diberikan lampu hijau untuk penguatan UMKM dalam bentuk permodalan dan pengembangan SDM, terbukti UMKM mampu berkontribusi menyerap tenaga kerja lebih banyak dan meningkat juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22%. Hal ini menunjukkan UMKM mampu menekan angka pengangguran dan mengatasi kemiskinan. Atas pertumbuhan UMKM yang membaik dari tahun ke tahun UMKM terbukti telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa.

**Kata kunci:** penguatan UMKM, membangun ekonomi

### PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang sudah familier dengan sebutan UMKM ditengah tingginya persaingan dan arus era globalisasi memaksa pelaku

UMKM harus mampu menyesuaikan perubahan tersebut dan siap menghadapi tantangan global. Era globalisasi menuntut peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan skill dari sumber

daya manusia, pengembangan teknologi dan perluasan area pemasaran. Hal ini sangat penting dilakukan oleh pelaku UMKM agar dapat bersaing dengan produk luar negeri yang notabene sudah menguasai pasar di Indonesia. Hardjanto, 2014 (dalam Juvenal, 2015) mengemukakan bahwa di era globalisasi dengan persaingan di segala bidang, pemerintah dituntut untuk mengubah paradigma orientasi global.

Perkembangan UMKM masih banyak mengalami kendala yang berdampak lemahnya daya saing terhadap produk impor. Kendala yang umum dihadapi oleh pelaku UMKM adalah terbatasnya akses permodalan, penggunaan teknologi masih kurang, serta rendahnya tingkat pengetahuan dan ketrampilan dari SDM yang ada. Selain itu juga perencanaan yang kurang matang serta tujuan dari kegiatan usaha yang kurang jelas mengakibatkan lemahnya daya saing UMKM terhadap produk impor maupun perusahaan bermodal besar.

Eksistensi UMKM seharusnya tidak diragukan lagi, mengingat sektor UMKM ini banyak menyerap tenaga kerja yang terbukti mampu bertahan ditengah-tengah badai krisis ekonomi dan menjadi roda penggerak ekonomi. Kurang berhasilnya pola pembangunan ekonomi yang berpijak pada perusahaan besar mendorong para perencana ekonomi untuk beralih

pada pembangunan ekonomi yang memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi.

Maka dari itu pemerintah perlu terus mendorong pemberdayaan UMKM melalui berbagai upaya antara lain: pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan pengetahuan dan penguasaan teknologi bagi, penguatan permodalan melalui program KUR Bank BRI, Kredit Usaha Mandiri (KUM) Bank Mandiri.

Permasalahan UMKM lain yang tidak kalah seriusnya adalah lemahnya akses informasi pasar sehingga pemasaran produk kurang mempunyai daya saing di pasar global. Sementara untuk berkiprah di pasar lokal dengan pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih produk luar negeri menjadi salah satu faktor kurang berkembangnya UMKM. Hal ini perlu mendapatkan perhatian dari semua pihak agar UMKM tepat mampu bertahan dalam menghadapi arus persaingan global, mengingat UMKM mampu menyelamatkan perekonomian dari krisis ekonomi.

Oleh karena itu, dalam upaya penguatan UMKM sebagai fundamental ekonomi nasional, perlu

kiranya diciptakan iklim investasi domestik yang kondusif dalam upaya penguatan pasar dalam negeri agar UMKM dapat menjadi penyangga (*buffer*) perekonomian nasional. Penguatan UMKM ini diharapkan menjadi pilar membangun ekonomi bangsa dimana fundamental perekonomian Indonesia belum dapat dikatakan terbangun kokoh, sehingga perlu membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan UMKM dan memberikan peluang usaha bagi UMKM dalam berbagai sektor ekonomi. Perkembangan dan peran UMKM perlu terus ditingkatkan karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi serta banyak membuka lapangan pekerjaan yang tentunya akan mengurangi tingkat pengangguran.

Menurut perkembangannya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

#### 1. Livelihood Activity

Kelompok usaha ini lebih dikenal sebagai kelompok usaha sektor informal, usahanya dianggap dan digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mendapatkan penghasilan sehari-hari demi pemenuhan kebutuhan hidup. Salah satu contohnya adalah pedagang kaki lima.

#### 2. Micro Enterprise

Kelompok usaha ini melakukan kegiatan yang sifatnya cenderung sebagai pengrajin. Ia memiliki kemampuan menghasilkan suatu produk namun belum memiliki sifat kewirausahaan untuk memajukan produknya.

#### 3. Small dynamic enterprise

Kelompok usaha yang menjalankan bisnisnya telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

#### 4. Fast moving Enterprise

Kelompok ini selain telah memiliki jiwa kewirausahaan, juga memiliki tujuan memajukan usahanya dengan melakukan transformasi menjadi usaha besar (Surya, 2015).

Usaha Kecil Mikro dan Menengah merupakan bagian penting dari perekonomian suatu bangsa. Karena peran pentingnya tersebut pemerintah terus melakukan upaya mengembangkan UMKM. Maka dari itu perlu dukungan dari berbagai kalangan untuk penguatan UMKM melalui peningkatan sumber daya manusia (SDM) seperti yang diungkapkan oleh Suyatno (2000) bahwa untuk dapat meningkatkan daya saing UMKM diperlukan meningkatkan kemampuan teknologi dan daya kreatif inovatifnya. Peningkatan kemampuan teknologi

mempunyai hubungan berbanding lurus dengan kemajuan ekonomi.

Secara umum UMKM dalam perekonomian bangsa memiliki peran: (1) sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi, (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) pemeran penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran. Efendi Ishak, (2005) sebagai pilar perekonomian bangsa.

Permasalahan umum yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM adalah kurangnya SDM yang kompeten dibidangnya, lemahnya kreativitas dan inovasi, lemahnya kemampuan dalam membaca peluang yang ada, permodalan usaha, serta lemahnya strategi pemasaran (*marketing*). Sistem jaringan yang masih kurang juga menjadi permasalahan pokok, karena sebaik apapun kualitas produk yang dihasilkan apabila kurang promosi dalam hal pemasaran juga tidak mampu bersaing. Maka dari itu penting bagi pelaku UMKM mempunyai jaringan usaha yang kuat guna memasarkan produk yang dihasilkan.

Pada praktiknya UMKM ternyata bukan sektor usaha yang bebas masalah. Dalam perkembangannya, sektor ini justru menghadapi banyak masalah yang perlu perhatian dan penanganan

serius. Antara lain masalah permodalan yang disebabkan sulitnya memiliki akses dari lembaga keuangan karena keterbatasan jaminan (*collateral*), kurangnya akses informasi pasar yang merupakan kendala dalam hal pemasaran. Sehingga berakibat rendahnya orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global.

Untuk menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UMKM. Maka dari itu, penting bagi UMKM untuk mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi. Informasi tentang pasar produksi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM. Menurut Effendi Ishak, (2005) informasi pasar produksi atau pasar komoditas yang diperlukan misalnya (1) jenis barang yang dibutuhkan, (2) daya beli masyarakat, (3) harga pasar yang berlaku, (4) selera konsumen pada pasar lokal, regiona, maupun internasional. Dengan demikian, UKM dapat mengantisipasi berbagai kondisi pasar sehingga dalam menjalankan usahanya akan lebih inovatif.

Sedangkan informasi pasar faktor produksi meliputi: (1) sumber bahan baku yang diperlukan, (2)

harga bahan baku, (3) bagaimana memperoleh modal usaha, (4) siapa tenaga kerja yang professional, (5) tingkat upah atau gaji yang layak, Oleh karena itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM dalam memperoleh akses memperluas jaringan pemasarannya. Selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi pasar, UMKM juga perlu memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri. Menurut Naisbit, 1994 (dalam Singgih), perkembangan ekonomi dunia akan didominasi oleh usaha kecil dan menengah, dengan kata lain negara yang memiliki jaringan yang kuat pada usaha kecilnya akan berhasil dalam persaingan dipasar global.

Penguatan UMKM tentunya tidak bisa lepas dari peran dan dukungan berbagai pihak, diantaranya adalah Lembaga Keuangan Mikro (LKM), yang diharapkan mampu memberikan dukungan kepada UMKM dari sisi permodalan. Pemberdayaan LKM lebih difokuskan pada aspek penguatan kelembagaan dengan tujuan agar kebijakan LKM lebih memihak pada UMKM terutama untuk aksesibilitas permodalan. Oleh karena itu pemberdayaannya LKM harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, yang dapat

mendorong peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM, serta menumbuhkan wirausahawan baru yang tangguh.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan studi literatur. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan yang bersifat sementara (tentative) dan akan berkembang setelah dilapangan. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelian (Zed, 2008 dalam Diah Eka 2015) . Sumber data yang digunakan bersumber dari textbook, jurnal, arrtikel, riview literatur dan data statistik yang berisikan tentang konsep yang diteliti. Sedang menurut Burhan Bungin (2014), metode literatur adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial untuk menelusuri data.

Analisa data dilakukan dengan dimulai dari materi hasil penelitian yang relevan. Juga dengan mempelajari hasil penelitian terdahulu agar dapat memberikan penilaian pada permasalahan penelitian yang akan dianalisa. Selanjutnya dilakukan pencatatan bagian-bagian penting dan relevan dengan topik penelitian yang

tentunya dengan mencantumkan sumber informasinya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM perlu dukungan dari berbagai pihak mengingat perannya yang sangat besar dalam kontribusinya pada bangsa dan negara. Bentuk dukungan yang diberikan merupakan penguatan UMKM agar tetap eksis dalam membangun ekonomi bangsa, salah satunya adalah penguatan permodalan. Melihat antusiasnya perkembangan UMKM dari tahun ke tahun sejak 2012, pemerintah menetapkan UU kredit bagi UMKM, karena pemerintah menyadari bahwa perkembangan UMKM tidak dapat terlepas dari dukungan perbankan dalam hal penguatan permodalan dalam bentuk penyaluran kredit UMKM. Untuk mendukung penguatan UMKM ini Bank Indonesia telah mengeluarkan ketentuan yang mewajibkan kepada perbankan untuk mengalokasikan kredit/pembiayaan kepada UMKM mulai tahun 2015 sebesar 5% dari semua sektor UMKM, tahun 2016 sebesar 10%, tahun 2017 sebesar 15% dan pada akhir tahun 2018 juga sudah ditetapkan sebesar 20%.

Ketentuan Bank Indonesia tersebut menunjukkan bahwa pemerintah dan Bank Indonesia sangat merespon perkembangan UMKM. Diharapkan dengan adanya penguatan permodalan tersebut

pertumbuhan dan perkembangan UMKM benar-benar dapat mewujudkan harapan bahwa penguatan UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. Selain perbankan banyak perusahaan BUMN dan swasta yang ikut serta membantu meningkatkan UMKM, antara lain PT. Telkom Indonesia dan PT. Pegadaian yang memberikan bantuan penguatan UMKM melalui permodalan dan akses pasar.

Penguatan UMKM serupa juga dilakukan oleh PT. Permodalan Nasional Madani bersama PT. Asuransi Jiwasraya dan Jamkrindo berkomitmen untuk mendukung aktivitas para pelaku UMKM. Sinergisitas ini bermanfaat untuk mengembangkan serta memberdayakan sektor UMKM, menyadari pentingnya kontribusi UMKM dalam membangun ekonomi bangsa.

Publikasi Statistik kredit UMKM berdasarkan definisi dan kriteria usaha berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM mulai dilaksanakan untuk data laporan bulanan bank sejak Januari 2011. Sampai akhir 2010 Statistik kredit UMKM didasarkan pada definisi plafon, yaitu: (1) kredit mikro dengan plafon s.d Rp50 juta, (2) kredit kecil dengan plafon lebih dari Rp50 juta s.d Rp500 juta, dan (3) kredit menengah dengan plafon lebih dari Rp500 juta s.d Rp5 miliar. Dalam definisi tersebut, seluruh jenis penggunaan kredit termasuk kredit

konsumtif masuk di dalam Statistik kredit UMKM.

Kredit UMKM adalah kredit kepada debitur usaha mikro, kecil dan menengah yang memenuhi definisi dan kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan UU tersebut, UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Setiap tahun kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan dan hal ini menunjukkan bahwa iklim investasi dan pertumbuhan ekonomis sangat kondusif.

UMKM mempunyai peran dan strategi dalam membangun ekonomi bangsa. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia termasuk besar dibanding negara lainnya sejak tahun 2014. Jumlah UMKM terus mengalami perkembangan dari tahun 2015 hingga 2017, yang salah satu pemicunya adalah tingginya usia produktif dibanding jumlah lapangan kerja yang tersedia. Kondisi yang demikian memicu para usia produktif membuka peluang untuk menciptakan usaha sendiri, yang sebagian besar tergolong pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan perkembangan UMKM yang berkembang baik Presiden RI (2016) menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu menopang perekonomian bangsa. Juga dikatakan bahwa pemerintah sadar betul betapa pentingnya pengembangan Usaha Mikro Usaha Kecil dan Menengah. Bahkan Presiden berharap agar pelaku UMKM menjadi garda terdepan dalam membangun ekonomi bangsa. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56.534.592 unit. Oleh karena perlu sinergitas untuk mengembangkan dan mempertahankan UMKM perlu diutamakan melalui penguatan UMKM

UMKM juga telah terbukti mampu bertahan terhadap krisis. Ketika krisis ekonomi terjadi tahun 1997-1998, UMKM mampu membuktikan tetap berdiri kokoh. Dari data Badan Pusat Statistik menunjukkan pasca krisis ekonomi 1997-1998 itu, jumlah UMKM justru meningkat bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Ditinjau dari pertumbuhannya, tahun 2012 pertumbuhan UMKM meningkat 4,17% dari 34,64% menjadi 38,81% sementara usaha besar justru mengalami penurunan 0,26% dari 9,94% menjadi 9,68%. Ini

menunjukkan bahwa UMKM mampu bertahan pasca krisis 1998.

Atas pertumbuhan tersebut UMKM telah berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja berkisar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (Profil Bisnis UMKM oleh LIPI dan BI tahun 2015). Hampir sama dengan catatan laporan dari Kamar Dagang Indonesia (KADIN) kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerja di sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode sama (tahun 2012 – 2017). Dengan banyaknya tenaga kerja yang diserap KADIN menilai sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan.

Diantara UMKM, industri ekonomi kreatif juga tercatat berkontribusi positif dengan pertumbuhan 5,6 persen sejak 2013. Sumbangsihnya terhadap PDB tercatat mencapai 7,1%, serta menyerap 10,7% atau sekitar 12 juta total tenaga kerja. Industri ekonomi kreatif ini tumbuh 5,76% di tahun lalu atau di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,74%, dengan nilai tambah sebesar Rp 641,8 triliun atau tujuh % dari PDB nasional. Secara rinci dari

15 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan tiga diantaranya, yaitu: kuliner, fesyen dan kerajinan tercatat berkontribusi paling besar terhadap PDB

Pemerintah menargetkan kontribusi PDB Ekonomi Kreatif mencapai 7-7,5 persen hingga tahun 2019, dan devisa negara ditargetkan tembus 6,5-8% sampai 2019. Peningkatan tersebut dapat menjadi motivasi bagi kami semua untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif yang akan menjadi masa depan negara.

## **KESIMPULAN**

Krisis ekonomi tahun 1997-1998 yang melanda Indonesia telah membuat perekonomian bangsa seakan terpuruk. UMKM ditengarai sebagai pahlawan ekonomi yang menyelamatkan ekonomi bangsa dari keterpurukan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah pelaku UMKM pasca krisis ekonomi yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah badai krisis ekonomi.

UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja lebih besar dalam kancah perekonomian bangsa, yang meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode sama (tahun 2012 – 2017). Dengan banyaknya tenaga kerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki

peran strategis dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Ditinjau dari pertumbuhannya, tahun 2012 pertumbuhan UMKM meningkat 4,17% dari 34,64% menjadi 38,81% sementara usaha besar justru mengalami penurunan 0,26% dari 9,94% menjadi 9,68%. Ini menunjukkan bahwa UMKM mampu bertahan pasca krisis 1998.

Atas pertumbuhan tersebut UMKM telah berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja berkisar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional.. Hampir sama dengan catata laporan dari Kamar Dagang Indonesia (KADIN) kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerja di sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode sama (tahun 2012 – 2017). Dengan banyaknya tenaga kerja yang diserap KADIN menilai sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan.

Atas kontribusi dan peran UMKM tersebut penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalau penguatan agar perannya sebagai pilar membangun ekonomi bangsa dapat berjalan secara optimal.

## REFERENSI

- Aisbit, John. 1994. "Global Paradox" The Bigger the World Economy, The More powerful it's Smallest Players. "New York: William Morrow and Company
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenata Media. Jakarta.
- Diah Eka, 2015. *Panduan Penyusunan Studi Literatur. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Poltekes*. Mojokerto
- Effendi Ishak. 2005. *Artikel : Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM*. Kedaulatan Rakyat. Yogyakarta
- Idris yanto, 2009. *Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Peemberdayaan*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS. Volume 2, Nomor 1/ Januari 2009. ISSN 1979-1607. LPPEB FIS – UNG Inc.
- Juvenal Alves. 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengan dalam Upaya Penguatan Modal Usaha di Timor Leste*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik (JISIP) Vol. 4 No.2 2015. ISSN 2442-6962
- Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 17/12/PBI/2015 tanggal 25 Juni 2015 *tentang Perubahan Pemberian Kredit atau Pembiayaan UMKM*

Profil Bisnis UMKM oleh LIPI dan  
BI tahun 2015

Sanusi Anwar, 2011. *Metodologi  
Penelitian Bisnis*. Salemba  
Empat. Jakarta Selatan

Singgih Moh. Nur. *Strategi  
Penguatan Usaha Mikro Kecil  
Menengah (UMKM) sebagai  
Refleksi Pembelajaran Krisis  
Ekonomi Indonesia*. Jurnal  
Ekonomi Modernisasi Fakultas  
Ekonomi Universitas  
Kanjuruhan Malang.

Statistik Kredit UMKM Bank Sentral  
Republik Indonesia

Sukirno, S. 2004. *Makroekonomi  
Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.  
Jakarta

Surya, Djasuro. 2015. *Manajemen  
Koperasi dan UKM*. Serang:  
Untirta Press.