



ALUNGCIPTA



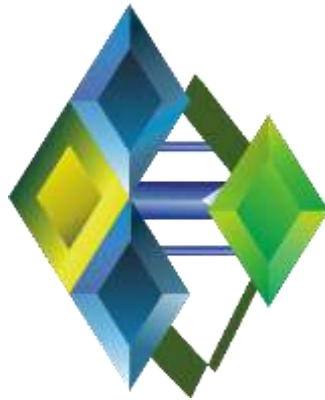
Mendongkrak Kinerja UMKM :

Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah

**Elmira Siska, S.P., M.B.A., Ph.D.
Purwatiningsih, S.E., M.M.
Hasanudin, S.E., M.Akt.**

Mendongkrak Kinerja UMKM: Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah

Elmira Siska, S.P., M.B.A., Ph.D., Purwatiningsih, S.E., M.M.,
Hasanudin, S.E., M.Akt.



Penerbit

PT Kimshafi Alung Cipta

Mendongkrak Kinerja UMKM: Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah

Elmira Siska, S.P., M.B.A., Ph.D., Purwatiningsih, S.E., M.M.,
Hasanudin, S.E., M.Akt.

Editor : Sofyan Marwansyah, S.E., M.M.
Tata Letak : Kevin Athallah Putra
Ukuran : 15,5 x 23 cm
Halaman : iv, 87
Terbitan : September 2024
ISBN : 978-623-8689-33-0

Hak Cipta 2024 @ Penerbit

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

PENERBIT PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA

Taman Cibodas Lippo Cikarang Jalan Ciliwung 1 No 1

Kabupaten Bekasi – Jawa Barat

www.publisher.alungcipta.com

Surel : publisher@alungcipta.com

Phone 085810672763

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul **"Mendongkrak Kinerja UMKM: Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah"** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai salah satu bentuk luaran hibah Penelitian Didanai Yayasan (PDY) Bina Sarana Informatika, sekaligus sebagai bentuk kepedulian dan kontribusi kami terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang merupakan pilar penting dalam perekonomian nasional.

Di tengah persaingan global dan dinamika ekonomi yang terus berubah, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan tumbuh sangat bergantung pada berbagai faktor, salah satunya adalah literasi keuangan yang baik. Pemahaman tentang financial literacy, kemampuan mengelola credit scoring, serta pemanfaatan dukungan kebijakan pemerintah menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM.

Melalui buku ini, kami mencoba untuk menyajikan kajian menyeluruh mengenai pentingnya literasi keuangan bagi pelaku UMKM dalam mengambil keputusan yang tepat, memahami peran credit scoring dalam akses pembiayaan, serta bagaimana kebijakan pemerintah dapat menjadi pendorong keberlanjutan usaha.

Kami menyadari bahwa dalam proses penyusunan buku ini, masukan dan dukungan dari berbagai pihak sangat berharga. Oleh karena itu, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan buku ini.

Akhir kata, kami berharap buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi para pembaca, khususnya bagi para

pelaku UMKM, akademisi, dan pengambil kebijakan yang memiliki kepentingan dalam mengembangkan sektor UMKM di Indonesia. Semoga buku ini bisa menjadi panduan praktis yang bermanfaat dalam upaya mendongkrak kinerja UMKM dan memajukan perekonomian bangsa.

Selamat membaca.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
BAB 1	1
PENGANTAR.....	1
A. UMKM Indonesia Bangkit	1
B. Program Pemulihan Ekonomi untuk UMKM	3
BAB 2	9
KRITERIA DAN PERAN UMKM	9
A. Defenisi UMKM	9
B. Peran UMKM dalam Perekonomian.....	11
BAB 3	17
TEORI PERKEMBANGAN UMKM	17
A. Teori Pertumbuhan Usaha Kecil	17
B. Teori Akses ke Pembiayaan.....	21
C. Teori Inovasi dan Teknologi	22
D. Teori Kewirausahaan Sosial (Teori Nilai Bersama atau Shared Value Theory).....	23
E. Teori Ekosistem Bisnis	23
BAB 4.....	25
FAKTOR PENDORONG PERKEMBANGAN UMKM	25
A. Faktor Internal.....	25
B. Faktor Eksternal	28
BAB 5	31
FINANCIAL LITERACY	31
A. Pengertian Financial Literacy	31

B.	Komponen Financial Literacy.....	33
C.	Tujuan Financial Literacy	40
D.	Prinsip-Prinsip Dasar Literasi Keuangan.....	40
E.	Tantangan Dalam Meningkatkan Financial Literacy	41
F.	Pentingnya Financial Literacy bagi UMKM	41
CREDIT SCORING		44
A.	Pengertian Credit Scoring	45
B.	Manfaat Kredit Scoring Bagi Lembaga Keuangan	45
C.	Cara Kerja Kredit Scoring	47
D.	Model FICO dalam Penentuan Skor Kredit.....	48
E.	Menilai Nasabah dengan AI.....	50
F.	Manfaat Credit Scoring Bagi UMKM	51
BAB 7		54
KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDUKUNG KEINERJA UMKM		54
A.	Pendahuluan.....	54
B.	Kebijakan dan Program Pemerintah	55
C.	Program Pemerintah Dalam Mendorong UMKM	59
BAB 8.....		66
KINERJA UMKM.....		66
A.	Pengertian dan Peran Kinerja UMKM.....	66
B.	Indikator Kinerja UMKM	67
C.	Tantangan UMKM di Tingkat Nasional Dan Global ...	69
D.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM	74
DAFTAR PUSTAKA.....		80
PROFIL PENULIS		84

BAB 1

PENGANTAR

A. UMKM Indonesia Bangkit

Wabah Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global masuk ke dalam resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan global yang negatif atau kontraksi. Perekonomian nasional sendiri, baru mengalami kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3%.Usaha Mikro.

Kontraksi tersebut terutama disebabkan oleh penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial untuk mencegah Covid-19, penurunan belanja investasi termasuk untuk pembangunan dan perolehan aset tetap, dan penurunan realisasi belanja pemerintah termasuk belanja barang. Disamping itu, terjadi penurunan perdagangan luar negeri yang cukup tajam. Palung penurunan pertumbuhan ekonomi telah dilalui pada triwulan II, namun Covid-19 masih akan menahan pertumbuhan ekonomi pada triwulan III dan IV. Oleh sebab itu, Pemerintah berupaya untuk meningkatkan performance ekonomi nasional pada triwulan III dan diharapkan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sekitar -0,4% sampai 1%.

Salah satu sektor yang sangat terpuuk oleh pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang juga menggerek turunnya perekonomian nasional. Hal ini bisa dipahami karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Keci, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja

atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Tabel 1.1. Perkembangan UMKM Indonesia 2018 -2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (juta)	64,2	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	0,70%	1,52%

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM, 2024)

Berdasarkan data tersebut, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah dan pelaku usaha harus menaikkan 'kelas' usaha mikro menjadi usaha menengah. Basis usaha ini juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat.

Pemerintah menyadari akan potensi UMKM tersebut, oleh sebab itu, beberapa tahun terakhir ini, Pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah.

B. Program Pemulihan Ekonomi untuk UMKM

Salah satu sasaran program PEN adalah menggerakkan UMKM. Untuk itu, Pemerintah mengambil beberapa kebijakan antara lain subsidi bunga pinjaman, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja dan insentif perpajakan. Adapun dana yang dialokasikan untuk skema tersebut adalah sebesar Rp123,46 triliun.

Subsidi bunga diberikan untuk memperkuat modal UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat/KUR (disalurkan oleh perbankan), kredit Ultra Mikro/UMi (disalurkan oleh lembaga keuangan bukan bank) dan penyaluran dana bergulir yang dilaksanakan oleh Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), Kementerian KUKM.

Pemerintah juga menempatkan dana di perbankan nasional untuk tujuan restrukturisasi kredit UMKM dengan mengalokasi dana sekitar Rp78,78 triliun. Untuk meningkatkan likuiditas UMKM dalam berusaha, Pemerintah juga melakukan penjaminan modal kerja UMKM sampai Rp10 miliar melalui PT. (Persero) Jamkrindo dan Askrindo.

Sementara itu, Pemerintah juga memberikan insentif perpajakan untuk mengurangi beban karyawan UMKM dengan insentif Pajak Penghasilan (PPh Pasal 21) Ditanggung Pemerintah. Untuk pelaku UMKM, diberikan insentif PPh final 0,5% Ditanggung Pemerintah. Wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak atas usahanya, dan tidak dilakukan pemotongan atau pemungutan pajak pada saat melakukan pembayaran kepada pelaku UMKM. UMKM juga diberikan insentif PPh pasal 22 Impor.

Sementara itu, Bank Indonesia sebagai Bank Sentral berupaya memberikan kontribusi terbaik untuk terus meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian. Pengembangan UMKM yang dilakukan Bank Indonesia diselaraskan dengan bidang tugas Bank Indonesia dan sejalan dengan visi, misi, dan program strategis Bank Indonesia, difokuskan untuk:

1. Mendukung upaya pengendalian inflasi khususnya inflasi volatile food, yang dilakukan dari sisi suplai;

Inflasi volatile food mencakup komoditas pangan yang sering dipengaruhi oleh kondisi cuaca, pasokan, distribusi, hingga faktor eksternal lainnya. Untuk mengatasi hal ini, BI berupaya mendukung pengendalian inflasi dari sisi suplai dengan beberapa program pengembangan UMKM yang berfokus pada sektor pertanian dan pangan. Berikut adalah beberapa program yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam mendukung pengendalian inflasi volatile food dari sisi suplai:

- a. Program Klaster UMKM Berbasis Pangan

Bank Indonesia mengembangkan program klaster UMKM berbasis pangan, terutama untuk komoditas yang sering menjadi penyebab inflasi volatile food, seperti beras, cabai, bawang merah, dan telur. Melalui program ini, BI berfokus pada pembentukan klaster-klaster produksi di berbagai daerah, yang ditujukan untuk meningkatkan produksi pangan lokal secara efektif dan efisien. Program ini bertujuan untuk: meningkatkan kapasitas produksi petani local, meningkatkan kualitas produk pertanian, dan meningkatkan efisiensi distribusi dari produsen ke pasar.

b. Penguatan Infrastruktur Pertanian dan Sistem Distribusi

BI juga mendukung penguatan infrastruktur pertanian untuk menjaga kelancaran suplai pangan, terutama di daerah yang sering mengalami kekurangan pasokan akibat hambatan logistik. Bank Indonesia berperan aktif dalam mendukung pembangunan infrastruktur pasokan, seperti sistem irigasi, pergudangan, serta transportasi yang dapat mempercepat distribusi pangan dari daerah produsen ke pasar. Selain itu, BI mendorong penggunaan teknologi untuk mengatasi kendala distribusi. Dengan integrasi teknologi, distribusi produk pertanian diharapkan menjadi lebih cepat dan efisien, sehingga dapat menekan harga pangan dan mengurangi risiko kenaikan harga yang disebabkan oleh keterbatasan suplai.

c. Kemitraan dalam Rantai Pasok (Supply Chain Management)

BI mendukung kemitraan antara petani, pelaku UMKM pangan, dan pasar melalui program pengembangan rantai pasok (supply chain management). Tujuan utamanya adalah menghubungkan petani dan produsen pangan langsung dengan pasar untuk mengurangi rantai distribusi yang terlalu panjang, yang sering kali menyebabkan kenaikan harga pangan. Bank Indonesia juga memfasilitasi akses UMKM pangan terhadap pembeli besar seperti supermarket, hotel, dan restoran, sehingga petani dan pelaku UMKM pangan bisa mendapatkan harga yang lebih stabil. Dengan rantai pasok yang lebih singkat dan efisien, volatilitas harga pangan dapat diminimalkan.

d. Digitalisasi Pertanian dan Pangan

Dalam era digital, BI mendorong digitalisasi pertanian sebagai salah satu strategi untuk mengendalikan harga volatile food. Digitalisasi dapat digunakan dalam berbagai aspek, seperti monitoring produksi, prediksi cuaca, dan distribusi pangan. Selain itu, BI mendukung penggunaan platform digital untuk mempertemukan petani dengan pembeli secara langsung melalui e-commerce, yang dapat memotong biaya distribusi dan memberikan harga yang lebih kompetitif.

e. Edukasi dan Pelatihan UMKM di Sektor Pangan

Bank Indonesia juga fokus pada peningkatan kapasitas petani dan pelaku UMKM di sektor pangan melalui edukasi dan pelatihan. BI bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah, untuk memberikan pelatihan kepada petani tentang praktik pertanian yang lebih efisien dan berkelanjutan. Pelatihan ini mencakup: teknik budidaya yang ramah lingkungan dan pelatihan penerapan teknologi modern dalam proses produksi dan distribusi pangan.

2. Mendorong UMKM potensi ekspor.

Berikut adalah penjelasan tentang program-program BI yang berkaitan dengan mendorong UMKM berpotensi ekspor:

- a. Bantuan Promosi Internasional. BI memfasilitasi partisipasi UMKM dalam pameran dagang internasional, seperti Trade Expo Indonesia dan berbagai expo di luar negeri, yang menjadi jembatan untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar global.
- b. Bimbingan dan Pelatihan Ekspor
- c. Kemitraan dengan Lembaga Ekspor:

3. Meningkatkan akses keuangan UMKM untuk mendukung stabilitas sistem keuangan.

Bank Indonesia (BI) memiliki berbagai program strategis untuk meningkatkan akses keuangan UMKM guna mendukung stabilitas sistem keuangan Indonesia. Berikut adalah program-program yang dikembangkan Bank Indonesia untuk meningkatkan akses keuangan UMKM:

a. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

KUR adalah program pemerintah yang difasilitasi oleh Bank Indonesia, bekerja sama dengan perbankan nasional, untuk memberikan pembiayaan berbiaya rendah kepada UMKM.

b. Program Pengembangan Klaster UMKM.

Bank Indonesia mengembangkan klaster UMKM untuk mempermudah akses keuangan melalui pendekatan kolektif. Dalam klaster ini, UMKM yang berada dalam sektor atau wilayah yang sama dikelompokkan agar memiliki daya tawar yang lebih kuat dalam mendapatkan pembiayaan dari bank atau lembaga keuangan.

c. Penguatan Financial Technology (Fintech)

Bank Indonesia mendorong penggunaan fintech untuk meningkatkan akses keuangan UMKM seperti: Pinjaman peer-to-peer (P2P)

d. Sertifikasi Pembiayaan UMKM (Credit Scoring)\

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengakses pembiayaan adalah kurangnya informasi kredit yang dapat diandalkan (credit scoring). Untuk mengatasi ini, Bank Indonesia mendorong pengembangan sistem penilaian kredit yang lebih inklusif untuk UMKM. BI mendukung pengembangan

sistem credit scoring yang dapat menilai kelayakan kredit UMKM, meski mereka belum memiliki riwayat pinjaman sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan data alternatif, seperti catatan pembayaran digital, data transaksi usaha, atau perilaku pembayaran lainnya.

e. Program BI untuk Edukasi dan Literasi Keuangan UMKM.

Untuk memperluas akses keuangan, Bank Indonesia secara aktif menyelenggarakan program edukasi dan literasi keuangan bagi UMKM. Rendahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dan akses perbankan sering menjadi kendala bagi UMKM dalam memanfaatkan fasilitas keuangan yang ada.

BAB 2

KRITERIA DAN PERAN UMKM

A. Defenisi UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tambunan (2019) mengatakan bahwa UMKM sebagai suatu entitas bisnis yang didefinisikan berdasarkan ukuran aset, omset, dan jumlah pekerja yang dimiliki. UMKM terbagi menjadi tiga kategori:

1. Usaha mikro merupakan usaha dengan modal dan aset terbatas, sering kali tidak memerlukan modal besar dan sebagian besar beroperasi di sektor informal.
2. Usaha Kecil merupakan usaha yang telah memiliki struktur organisasi lebih formal, dengan modal dan aset yang lebih besar dibanding usaha mikro.
3. Usaha Menengah adalah usaha dengan modal yang lebih besar dan kapasitas produksi yang lebih tinggi, serta berpotensi untuk berkembang menjadi usaha besar.

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah, klasifikasi UMKM bisa dibedakan dari jumlah aset dan total omzet penjualan.

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

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 Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh

milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

B. Peran UMKM dalam Perekonomian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan ekonomi, UMKM memainkan peran vital dalam stabilitas dan pertumbuhan ekonomi. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,51% dari total PDB Indonesia pada tahun 2022. Jumlah ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki pengaruh besar dalam menggerakkan ekonomi nasional, terutama di tengah tantangan global dan pandemi COVID-19 yang menghantam berbagai sektor ekonomi.

Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian.

UMKM mempunyai peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penggerak Utama Ekonomi Nasional

UMKM menyumbang sekitar 99% dari total unit usaha yang ada di Indonesia. Peran dominan ini menjadikan UMKM sebagai penggerak utama dalam ekonomi negara. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni sekitar 60,5%, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja dari total tenaga kerja nasional, menjadikan sektor ini sebagai penyedia utama lapangan pekerjaan di Indonesia.

2. Kontribusi Kontribusi terhadap PDB

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, berkontribusi besar terhadap PDB. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia. Ini menunjukkan betapa pentingnya sektor ini dalam menjaga pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi ini datang dari berbagai sektor, termasuk perdagangan, manufaktur, pertanian, dan jasa. Dalam situasi ekonomi yang bergejolak, UMKM sering kali menjadi penyelamat dengan kemampuannya untuk bertahan dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar.

3. Menciptakan lapangan kerja

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022. UMKM, yang tersebar di berbagai wilayah, memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat dari berbagai latar belakang ekonomi, termasuk mereka yang kurang terjangkau oleh industri besar. Dengan skala usaha yang fleksibel, UMKM dapat

dengan cepat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar lokal dan menyediakan pekerjaan bagi penduduk setempat. Selain itu, UMKM sering kali menjadi sumber penghidupan utama bagi keluarga di pedesaan, membantu mengurangi angka pengangguran dan mendukung stabilitas ekonomi regional.

4. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

UMKM memiliki kemampuan untuk menjadi jaring pengaman ekonomi bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan menyediakan berbagai jenis pekerjaan dan peluang bisnis, UMKM membantu meningkatkan taraf hidup banyak keluarga. Selain itu, mereka berperan dalam memperluas kesempatan kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap penurunan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

5. Meningkatkan Devisa Negara

UMKM juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan devisa negara melalui ekspor. Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM, terutama yang berkualitas tinggi, mampu menarik minat konsumen mancanegara. Dengan memasarkan produk mereka ke pasar internasional, UMKM membantu mendiversifikasi sumber pendapatan negara dan meningkatkan arus masuk devisa. Contohnya, produk kerajinan tangan, tekstil, dan makanan olahan Indonesia sering kali menemukan pasar yang kuat di luar negeri.

6. Pilar penting di saat krisis

UMKM sering kali menjadi penopang utama perekonomian di masa krisis. Fleksibilitas dan kemampuan adaptasi UMKM memungkinkan mereka untuk bertahan dan bahkan berkembang di tengah kondisi

ekonomi yang sulit. Selama krisis ekonomi, UMKM membantu menjaga kesejahteraan masyarakat dengan memastikan bahwa aktivitas ekonomi terus berjalan, terutama di daerah pedesaan dan komunitas lokal. Kemampuan mereka untuk bertahan dan memutar ekonomi lokal menjadikan UMKM sebagai stabilisator penting dalam perekonomian nasional.

7. Mengetaskan kemiskinan

Dengan tingginya tingkat penyerapan tenaga kerja, UMKM memainkan peran penting dalam pengentasan kemiskinan. Mereka menyediakan peluang bagi individu yang mungkin tidak memiliki akses ke pekerjaan di sektor formal. Melalui UMKM, banyak orang mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dengan memperoleh penghasilan yang stabil. UMKM tidak hanya menyediakan pekerjaan, tetapi juga memberikan keterampilan dan pengalaman yang berharga bagi para pekerjanya, yang pada gilirannya membantu mereka keluar dari kemiskinan.

8. Meratakan tingkat perekonomian

UMKM berperan penting dalam meratakan perekonomian di antara rakyat kecil. Mereka memberikan kesempatan ekonomi di daerah-daerah yang mungkin kurang berkembang atau kurang terlayani oleh industri besar. Dengan mendukung pertumbuhan ekonomi di wilayah pedesaan dan kota-kota kecil, UMKM membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut, tetapi juga memperkuat ekonomi nasional secara keseluruhan.

9. Sumber Devisa Melalui Ekspor

Dengan kualitas produk yang semakin meningkat, UMKM berkontribusi signifikan terhadap devisa negara melalui aktivitas ekspor. Produk UMKM seperti kerajinan tangan, fashion, dan makanan khas seringkali memiliki daya tarik yang besar di pasar internasional. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan bagi para pengusaha UMKM tetapi juga memperkuat posisi Indonesia dalam perekonomian global.

10. Pengembangan Inovasi dan Kewirausahaan

UMKM adalah ladang subur bagi inovasi dan kewirausahaan. Di sinilah banyak ide baru lahir, diuji, dan dikembangkan. Karena skala usaha yang relatif kecil, UMKM memiliki fleksibilitas untuk mencoba pendekatan baru dan berinovasi tanpa terikat oleh birokrasi yang sering membatasi perusahaan besar. Banyak inovasi dalam produk, layanan, dan proses bisnis di Indonesia bermula dari UMKM. Selain itu, UMKM juga berfungsi sebagai inkubator bagi para wirausahawan muda yang ingin mengembangkan kemampuan mereka dalam berbisnis.

11. Penggerak Ekonomi Lokal

UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, terutama di daerah pedesaan dan kota-kota kecil. Mereka membantu menjaga perputaran uang di tingkat lokal dengan mempekerjakan penduduk setempat dan menggunakan bahan baku yang ada di sekitar mereka. Hal ini menciptakan efek multiplier yang menguntungkan komunitas lokal, karena pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM sering kali dibelanjakan kembali di komunitas tersebut. Dengan demikian, UMKM berperan penting dalam mendukung ekonomi lokal dan mengurangi kesenjangan antara daerah perkotaan dan pedesaan.

12. Peran Dalam Pemberdayaan Perempuan

UMKM juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan perempuan di Indonesia. Banyak usaha kecil dan mikro yang dimiliki dan dikelola oleh perempuan, terutama di sektor informal. Dengan berwirausaha, perempuan dapat memperoleh penghasilan sendiri, yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan penguatan peran mereka dalam masyarakat. Selain itu, keterlibatan perempuan dalam UMKM juga membantu mengurangi kesenjangan gender dalam perekonomian, yang merupakan salah satu tujuan pembangunan berkelanjutan.

13. Peningkatan Daya Saing Nasional

Dengan meningkatnya persaingan global, UMKM berperan dalam meningkatkan daya saing nasional. Mereka menjadi bagian dari rantai pasok industri yang lebih besar, memberikan produk dan layanan yang dapat bersaing di pasar internasional. Banyak produk UMKM Indonesia telah diekspor ke berbagai negara, menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi untuk bersaing di panggung global. Namun, untuk lebih meningkatkan daya saing, UMKM perlu didukung dengan akses yang lebih baik ke teknologi, modal, dan pasar internasional.

BAB 3

TEORI PERKEMBANGAN UMKM

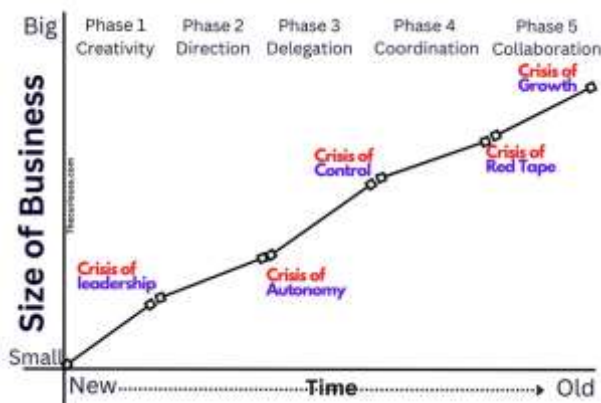
Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan, peningkatan pendapatan dan bertambahnya tenaga kerja.

A. Teori Pertumbuhan Usaha Kecil

Teori ini berfokus pada tahapan yang dilalui oleh UMKM dalam proses pertumbuhan dan perkembangan. Salah satu pendekatan utama dalam teori ini adalah Teori Tahapan Pertumbuhan. Teori Tahapan Pertumbuhan menganggap bahwa bisnis berkembang melalui serangkaian tahap atau fase, di mana masing-masing memiliki tantangan yang spesifik. Mulai dari tahap pendirian (start-up), bertahan hidup, pertumbuhan awal, hingga ekspansi. Pada setiap tahap, bisnis perlu beradaptasi dengan dinamika operasional yang berbeda, seperti manajemen yang lebih kompleks, penambahan sumber daya manusia, dan kebutuhan modal yang meningkat. Salah satu model yang terkenal dalam teori ini adalah Greiner's Growth Model, yang mengidentifikasi lima fase pertumbuhan yang masing-masing diakhiri oleh "krisis" manajemen yang memicu perubahan strategis.

Greiner's Growth Model adalah salah satu model yang terkenal dalam teori pertumbuhan bisnis yang dikembangkan oleh Greiner (1972). Model ini memberikan panduan tentang

bagaimana perusahaan, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), berkembang melalui beberapa tahap pertumbuhan yang berbeda. Setiap fase pertumbuhan diakhiri dengan krisis yang memerlukan perubahan atau adaptasi strategis agar bisnis dapat melanjutkan pertumbuhannya. Greiner's Growth Model disajikan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Greiner's Growth Model

Berikut adalah penjelasan detail mengenai lima fase pertumbuhan dalam model Greiner

1. Fase Kreativitas (Creativity)

Karakteristik:

- Tahap Awal: Fase ini biasanya terjadi pada awal pendirian perusahaan. Pada tahap ini, fokus utama adalah pada inovasi produk dan pengembangan ide.
- Organisasi: Struktur organisasi biasanya informal, dengan sedikit pemisahan antara manajemen dan operasional. Pengusaha atau pendiri sering kali terlibat langsung dalam semua aspek bisnis.

- **Manajemen:** Pendiri sering kali menjalankan berbagai fungsi dan tanggung jawab. Keputusan diambil secara intuitif dan berdasarkan kreativitas.

Krisis:

- **Krisis Manajerial:** Ketika bisnis berkembang, struktur informal menjadi tidak memadai untuk menangani volume pekerjaan yang meningkat. Ketidakmampuan untuk mengelola operasi secara efisien menyebabkan krisis manajerial.

2. Fase Pertumbuhan melalui Pengendalian (Direction)

Karakteristik:

- **Struktur Organisasi:** Pada tahap ini, perusahaan mulai mengimplementasikan struktur organisasi formal dengan pembagian tugas yang jelas dan hierarki manajerial.
- **Manajemen:** Perusahaan mengandalkan manajer untuk mengontrol dan memonitor operasi sehari-hari. Manajemen menjadi lebih terstruktur dengan kebijakan dan prosedur yang terdefinisi.
- **Fokus:** Fokusnya adalah pada pengendalian dan pengelolaan proses yang efektif untuk mendukung pertumbuhan.

Krisis:

- **Krisis Otoritas:** Krisis ini terjadi ketika struktur hierarkis menjadi terlalu kaku dan kurang fleksibel. Pusat pengambilan keputusan yang sentralisasi dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan manajer dan karyawan.

3. Fase Pertumbuhan melalui Desentralisasi (Delegation)

Karakteristik:

- **Struktur Organisasi:** Untuk mengatasi krisis otoritas, perusahaan mulai menerapkan struktur desentralisasi.

Pengambilan keputusan didelegasikan kepada manajer tingkat menengah.

- Manajemen: Fokus pada pemberdayaan manajer untuk mengambil keputusan dan menjalankan fungsi operasional dengan lebih mandiri.
- Fokus: Meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi melalui desentralisasi kekuasaan.

Krisis:

- Krisis Koordinasi: Dengan desentralisasi, masalah koordinasi antara berbagai unit bisnis atau departemen menjadi lebih kompleks. Perusahaan perlu menemukan cara untuk memastikan bahwa unit-unit tersebut bekerja secara harmonis dan sesuai dengan tujuan strategis.

4. Fase Pertumbuhan melalui Koordinasi (*Coordination*)

Karakteristik:

- Struktur Organisasi: Untuk mengatasi krisis koordinasi, perusahaan menerapkan sistem koordinasi yang lebih formal, seperti sistem informasi manajerial yang canggih dan mekanisme koordinasi antar departemen.
- Manajemen: Fokus pada meningkatkan integrasi dan aliran informasi antara unit-unit bisnis untuk memastikan bahwa seluruh organisasi bergerak dalam arah yang sama.
- Fokus: Pengelolaan dan integrasi berbagai unit untuk memastikan sinergi dan efisiensi.

Krisis:

- Krisis Administratif: Dengan meningkatnya kompleksitas organisasi, masalah administratif dan birokrasi mulai muncul. Struktur dan proses yang semakin rumit dapat menghambat fleksibilitas dan inovasi.

5. Fase Pertumbuhan melalui Kolaborasi (*Collaboration*)

Karakteristik:

- **Struktur Organisasi:** Pada tahap ini, perusahaan mengadopsi struktur yang lebih fleksibel dan berbasis tim. Fokus pada kolaborasi antara berbagai bagian organisasi untuk mempromosikan inovasi dan respons cepat terhadap perubahan pasar.
- **Manajemen:** Pendekatan manajerial yang lebih berbasis tim dan kolaboratif, dengan penekanan pada pengembangan budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan partisipasi.
- **Fokus:** Mengoptimalkan kolaborasi dan inovasi dalam seluruh organisasi.

Krisis:

- **Krisis Pertumbuhan Berkelanjutan:** Seiring dengan pertumbuhan perusahaan yang pesat, tantangan baru muncul dalam menjaga keseimbangan antara struktur organisasi dan inovasi. Perusahaan harus mencari cara untuk mempertahankan fleksibilitas sambil menangani skala operasi yang semakin besar.

B. Teori Akses ke Pembiayaan

Akses ke pembiayaan merupakan tantangan besar bagi UMKM, dan berbagai teori telah dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana akses keuangan dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis kecil. Terdapat dua teori yang termasuk ke dalam Teori Akses ke Pembiayaan, yaitu:

1. Teori Asimetri Informasi

Teori ini menjelaskan bahwa ketidakcocokan informasi antara pemberi pinjaman (seperti bank) dan UMKM menciptakan risiko yang lebih besar bagi lembaga keuangan dalam memberikan pinjaman. Akibatnya, banyak

UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh pembiayaan. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya transparansi dalam pelaporan keuangan dan evaluasi risiko dari pihak UMKM (Stiglitz & Weiss, 1981).

2. Teori Kredit Mikro

Teori ini mengemukakan bahwa akses ke kredit kecil tanpa agunan melalui lembaga keuangan mikro (seperti koperasi atau bank mikro) dapat membantu UMKM yang sulit mengakses pembiayaan konvensional. Kredit mikro dirancang untuk mengatasi kendala akses pembiayaan bagi usaha kecil, terutama di negara berkembang (Yunus, 2027).

C. Teori Inovasi dan Teknologi

Inovasi dan teknologi menjadi faktor penting dalam pertumbuhan UMKM. Usaha kecil yang mampu memanfaatkan teknologi baru dan melakukan inovasi produk atau proses bisnis sering kali dapat bersaing lebih baik di pasar. Terdapat dua teori yang menjelaskan teori inovasi dan teknologi, yaitu:

1. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation*)

Teori ini dikembangkan oleh yang dikembangkan oleh Everett Rogers, menjelaskan bagaimana inovasi menyebar dalam suatu sistem sosial. Dalam konteks UMKM, ini merujuk pada bagaimana usaha kecil mengadopsi teknologi baru atau metode produksi. Menurut teori ini, ada beberapa kategori pelaku bisnis berdasarkan kecepatan mereka dalam mengadopsi inovasi, yaitu inovator, pengadopsi awal, mayoritas awal, mayoritas lambat, dan laggards (Rogers, 2003).

2. Teori Kapabilitas Dinamis (*Dynamic Capabilities Theory*)

Teori ini berfokus pada kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal melalui inovasi. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan yang mampu

mengembangkan kapabilitas dinamis dapat lebih responsif terhadap perubahan lingkungan pasar, teknologi, atau kebijakan (Teece at al., 2005)

D. Teori Kewirausahaan Sosial (Teori Nilai Bersama atau *Shared Value Theory*)

Teori kewirausahaan sosial membahas bagaimana UMKM tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang positif. UMKM sering kali melayani komunitas lokal dan memberikan kontribusi sosial yang signifikan. Teori Kewirausahaan Sosial menguraikan bagaimana usaha yang berorientasi sosial bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah sosial melalui solusi bisnis. UMKM yang menjalankan kewirausahaan sosial tidak hanya berfokus pada laba, tetapi juga pada penciptaan manfaat sosial atau lingkungan yang lebih luas. Teori kewirausahaan sosial dikenal juga dengan Teori Nilai Bersama (*Shared Value Theory*). Teori ini yang dikembangkan oleh Michael Porter dan Mark Kramer, menekankan bahwa bisnis dapat menciptakan nilai ekonomi sambil menciptakan nilai sosial. Ini berarti bahwa bisnis dapat mengintegrasikan praktik sosial dalam strategi mereka, seperti memberdayakan komunitas lokal atau berkontribusi pada lingkungan. Dalam konteks UMKM, teori ini relevan karena banyak usaha kecil yang mengutamakan keberlanjutan dan dampak sosial (Kramer & Porter, 2011).

E. Teori Ekosistem Bisnis

Teori ekosistem bisnis menekankan pentingnya interaksi antara UMKM dan lingkungan eksternal seperti pemerintah, institusi keuangan, pasar, dan mitra bisnis. Ekosistem yang mendukung dapat mempercepat pertumbuhan UMKM. Menurut

Poter (1998), terdapat dua teori yang menjelaskan teori ekosistem bisnis, yaitu:

1. Teori Jaringan Bisnis (*Business Network Theory*) menjelaskan bahwa UMKM yang membangun jaringan bisnis yang kuat, seperti dengan pemasok, mitra strategis, atau pemerintah, dapat berkembang lebih cepat. Jaringan ini membantu UMKM mendapatkan akses ke informasi, teknologi, dan sumber daya yang mereka butuhkan untuk tumbuh (Johanson & Mattsson, 2013).
2. Teori Klaster (*Cluster Theory*), yang dikemukakan oleh Michael Porter, menyatakan bahwa UMKM yang berada dalam klaster industri tertentu dapat memperoleh manfaat dari kolaborasi dengan bisnis lain dalam klaster tersebut. Keberadaan klaster dapat mendorong inovasi dan efisiensi melalui sinergi antara berbagai aktor dalam rantai nilai industry (Porter, 2000).

BAB 4

FAKTOR PENDORONG PERKEMBANGAN UMKM

Setiap usaha yang dilakukan perusahaan selalu dihadapkan pada situasi yang selalu berubah. Kondisi tersebut tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya proses penyesuaian terhadap kondisi eksternal yang ada. Jadi lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi perusahaan dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan. Pengembangan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang bersifat internal maupun eksternal

A. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi perkembangan UMKM adalah aspek-aspek yang berasal dari dalam organisasi atau usaha itu sendiri, yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis. Faktor-faktor ini biasanya berkaitan dengan manajemen, sumber daya, dan operasional UMKM, dan bisa dikendalikan langsung oleh pemilik atau manajemen usaha. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai faktor-faktor internal tersebut:

1. Kapasitas Manajerial

Kapasitas manajerial berkaitan dengan kemampuan pemilik atau manajer dalam mengelola bisnis, termasuk dalam hal pengambilan keputusan, perencanaan, dan pemecahan masalah. Kapasitas manajerial yang baik memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan menciptakan strategi yang efektif untuk pertumbuhan (Ogidi & Peterson, 2021). Kapasitas manajerial mencakup kemampuan untuk merencanakan

strategi jangka panjang yang efektif untuk pertumbuhan dan pengembangan UMKM. Manajer yang memiliki keterampilan perencanaan yang baik dapat menetapkan visi, misi, dan tujuan bisnis yang jelas serta merumuskan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2. Kualitas Produk dan Inovasi

Kualitas produk merujuk pada seberapa baik produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi yang baik, dan mendorong loyalitas pelanggan. Aspek-aspek yang biasanya diperhatikan dalam kualitas produk termasuk daya tahan, fungsionalitas, estetika, dan konsistensi produk. Inovasi merujuk pada kemampuan UMKM untuk mengembangkan produk baru, memperbaiki produk yang ada, atau mengimplementasikan proses baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. Inovasi dapat mencakup berbagai aspek, seperti desain produk, teknologi, metode produksi, atau model bisnis. Produk berkualitas dan inovasi yang berkelanjutan sangat penting dalam mempertahankan daya saing di pasar. UMKM yang mampu terus berinovasi, baik dari segi produk maupun proses, cenderung memiliki kinerja yang lebih baik (Alyahya'ei et al., 2020).

3. Sumber Daya Manusia

SDM merupakan salah satu faktor internal yang sangat mempengaruhi perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). SDM mencakup seluruh karyawan yang terlibat dalam operasional UMKM, dari pemilik, manajer, hingga staf operasional. Kualitas, keterampilan, dan motivasi tenaga kerja dapat menentukan keberhasilan

atau kegagalan UMKM dalam mencapai tujuan bisnisnya. Kompetensi dan keterampilan karyawan merupakan faktor penting dalam produktivitas dan kinerja UMKM. Pelatihan dan pengembangan karyawan berperan penting dalam meningkatkan kualitas kerja, efisiensi, dan inovasi. SDM yang terlatih dengan baik akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis (Wijaya et al., 2022).

4. Pengeloaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang efektif mencakup perencanaan, pengendalian, dan evaluasi aspek-aspek keuangan dari sebuah bisnis, seperti arus kas, anggaran, dan laporan keuangan. Kualitas pengelolaan keuangan dapat menentukan kestabilan finansial UMKM, kemampuan untuk berinvestasi dalam pertumbuhan, dan ketahanan terhadap risiko keuangan. Akses dan pengelolaan sumber daya keuangan secara efektif adalah kunci keberhasilan UMKM. Sumber daya keuangan yang mencukupi memungkinkan perusahaan untuk melakukan investasi yang diperlukan untuk ekspansi, inovasi, atau peningkatan operasional. Kurangnya modal atau manajemen keuangan yang buruk sering menjadi penghambat utama dalam pertumbuhan UMKM (Nthenge & Ringera, 2017).

5. Teknologi dan Proses Operasional

Teknologi dan proses operasional adalah dua faktor internal yang signifikan dalam mempengaruhi perkembangan UMKM. Keduanya berperan penting dalam menentukan efisiensi, produktivitas, dan daya saing UMKM. Teknologi dapat mempengaruhi cara UMKM beroperasi dan bersaing di pasar, sementara proses operasional mencakup cara-cara bagaimana UMKM

menjalankan aktivitas sehari-hari mereka. Penggunaan teknologi yang tepat dan efisien dalam operasional bisnis dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Teknologi yang baik dapat membantu UMKM meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan manajemen rantai pasokan (Selase et al., 2019).

B. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen-elemen yang berada di luar kendali langsung perusahaan dan sering kali memerlukan penyesuaian strategis untuk dihadapi. Faktor-faktor ini mencakup kebijakan pemerintah, akses ke pasar, persaingan dan struktur pasar, perubahan teknologi, dan kondisi makro ekonomi.

1. Kebijakan Pemerintah dan Regulasi

Kebijakan pemerintah, seperti peraturan perpajakan, program insentif, dan regulasi usaha, sangat mempengaruhi pengembangan UMKM. Regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat pertumbuhan UMKM, sedangkan program bantuan dan insentif akan memberikan dorongan positif (Alabi et al, 2019). Kebijakan pemerintah yang menyederhanakan prosedur perizinan usaha dapat mempermudah UMKM untuk memulai dan menjalankan bisnis secara legal. Perizinan yang mudah dan cepat memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih fokus pada pengembangan bisnisnya tanpa harus terbebani oleh proses birokrasi yang rumit.

2. Akses ke pasar, baik domestik maupun internasional.

Kemudahan akses ke pasar merupakan faktor penting bagi pertumbuhan UMKM. Dukungan terhadap akses ke pasar melalui pameran, kolaborasi dengan institusi besar, dan

promosi internasional dapat memperluas peluang bisnis UMKM (Zhu et al., 2020). Pasar domestik adalah pasar di dalam negeri tempat UMKM dapat memasarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen lokal. Akses ke pasar domestik dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti infrastruktur, jaringan distribusi, persaingan, serta daya beli konsumen. Akses yang baik ke pasar domestik memungkinkan UMKM untuk berkembang melalui peningkatan penjualan, ekspansi produk, dan pengenalan merek. Sedangkan pasar internasional memberikan peluang yang sangat besar bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dengan mengeksport produk atau layanan ke luar negeri, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan memperoleh penghasilan dalam valuta asing. Namun, akses ke pasar internasional juga menghadirkan tantangan yang lebih kompleks, seperti regulasi ekspor, kualitas produk, dan persaingan global.

3. Persaingan dan Struktur Pasar

Intensitas persaingan dalam suatu pasar sangat memengaruhi kemampuan UMKM untuk tumbuh dan bertahan. Pasar dengan tingkat persaingan yang tinggi sering kali menuntut UMKM untuk berinovasi, menurunkan biaya produksi, dan meningkatkan kualitas produk agar tetap kompetitif. Struktur pasar dan intensitas persaingan yang dihadapi oleh UMKM akan menentukan bagaimana mereka beroperasi, berinovasi, dan bersaing untuk mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Struktur pasar yang kompetitif dapat memaksa UMKM untuk lebih inovatif dan efisien. Di sisi lain, pasar yang terlalu kompetitif dapat menjadi hambatan bagi UMKM

yang masih berada pada tahap awal perkembangan (Prasanna et al., 2019).

4. Perubahan Teknologi

Kemajuan teknologi memberikan peluang sekaligus tantangan bagi UMKM. Adopsi teknologi, seperti digitalisasi proses bisnis dan e-commerce, menjadi penting untuk meningkatkan daya saing di era digital (Al Omoush, 2023). Perkembangan teknologi digital, seperti internet, e-commerce, media sosial, dan aplikasi mobile, telah merevolusi cara UMKM beroperasi, terutama dalam pemasaran, penjualan, dan manajemen bisnis. Akses terhadap teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengakses pelanggan di berbagai lokasi geografis.

5. Kondisi Ekonomi Makro

Kondisi makroekonomi merupakan salah satu faktor eksternal penting yang mempengaruhi perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Kondisi ini mencakup berbagai aspek ekonomi nasional dan global yang memengaruhi iklim bisnis, daya beli konsumen, serta akses ke pembiayaan bagi UMKM. Faktor-faktor seperti inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, nilai tukar mata uang, dan kebijakan ekonomi pemerintah dapat memiliki dampak signifikan terhadap kemampuan UMKM untuk tumbuh dan berkembang (Halim, 2017).

BAB 5

FINANCIAL LITERACY

Sebagian masyarakat di Indonesia, masih kesulitan dalam mengelola keuangan karena kurangnya literasi keuangan yang mereka miliki, terutama masyarakat yang berpenghasilan rendah. Hal ini terjadi karena minimnya pengetahuan.

Di era modern ini, literasi keuangan menjadi semakin penting karena kompleksitas layanan keuangan dan dinamika ekonomi yang terus berubah. Dengan literasi keuangan yang memadai, seseorang dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan ekonomi dan membuat keputusan yang berdampak positif terhadap kesejahteraan finansial.

Pada skala yang lebih besar, literasi keuangan juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik individu maupun masyarakat luas. Orang yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung lebih mampu menghindari jebakan utang, menabung untuk masa depan, dan berinvestasi dengan bijak. Di sektor bisnis, literasi keuangan juga menjadi kunci keberhasilan, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan pemahaman kuat mengenai manajemen keuangan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

A. Pengertian Financial Literacy

Menurut OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), sebuah badan internasional untuk kerjasama dan pembangunan ekonomi mengemukakan literasi keuangan adalah “pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dan risiko, serta keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan tersebut agar dapat membuat

keputusan finansial yang efektif dan akhirnya mencapai kesejahteraan finansial.” (OECD, 2016).

Sementara itu menurut Lusardi et al (2011) dalam penelitiannya mengatakan “*Financial literacy* atau literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola berbagai aspek keuangan secara efektif. Ini mencakup pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan seperti anggaran, tabungan, investasi, utang, dan risiko, serta kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat dalam mengatur keuangan pribadi. Tujuan utama literasi keuangan adalah membantu individu mencapai kesejahteraan finansial dengan merencanakan, mengelola, dan melindungi aset mereka secara bijaksana”. (Lusardi et al, 2011).

Lusardi menjelaskan beberapa poin penting dalam literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan Mempengaruhi Perencanaan Pensiun: Orang yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung lebih aktif dalam merencanakan masa pensiun mereka. Mereka lebih memahami pentingnya tabungan jangka panjang dan investasi.
2. Defisit Literasi Keuangan: Banyak orang dewasa menunjukkan tingkat pemahaman yang rendah terhadap konsep dasar keuangan, dan ini berdampak negatif pada kesiapan mereka dalam menghadapi pensiun.
3. Perbedaan Berdasarkan Gender, Usia, dan Pendidikan: Studi ini menemukan bahwa perempuan, individu yang lebih tua, dan mereka dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah cenderung memiliki literasi keuangan yang lebih rendah.

Dalam penjelasan di atas, sudah menjadi keharusan bagi semua orang yang menghendaki keamanan keuangan/ekonomi

hendaknya harus memiliki literasi keuangan yang mencukupi agar kondisi ekonom di masa depan tetap terjaga baik.

B. Komponen Financial Literacy

Menurut Huston (2010), pengukuran literasi keuangan dan mengidentifikasi dua elemen utama dari literasi keuangan: pengetahuan keuangan dan aplikasi pengetahuan keuangan. (Huston, 2010). Agar kita bisa memahami *financial literacy* dengan baik, maka harus dikenal terlebih dahulu komponen-komponennya sehingga rencana keuangan kita menjadi lebih baik. Adapun komponen-komponennya adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Uang (*Money Management*)

Pengelolaan Uang (*Money Management*) adalah proses mengatur, merencanakan, dan mengelola pendapatan serta pengeluaran agar seseorang atau rumah tangga dapat mencapai tujuan keuangan mereka secara efektif. Pengelolaan uang yang baik mencakup upaya untuk menghindari kesulitan keuangan, membangun tabungan, dan memastikan pengeluaran sesuai dengan prioritas yang ditetapkan.

Komponen pengelolaan uang terdiri dari:

a. Anggaran (*budgeting*)

Membuat anggaran adalah langkah awal dalam pengelolaan uang. Anggaran berfungsi sebagai panduan untuk memantau pendapatan dan pengeluaran. Dengan anggaran, Anda bisa mengetahui bagaimana uang Anda digunakan dan menentukan di mana bisa mengurangi pengeluaran atau meningkatkan tabungan. Contoh: Mengalokasikan 50% dari pendapatan untuk kebutuhan pokok, 30% untuk keinginan, dan 20% untuk menabung atau investasi (aturan 50/30/20).

b. Tabungan (*saving*)

Tabungan sangat penting untuk menghadapi keadaan darurat atau mempersiapkan tujuan jangka panjang seperti pendidikan, liburan, atau pensiun. Disarankan untuk memiliki dana darurat yang setara dengan 3-6 bulan pengeluaran rutin. Menyisihkan sebagian pendapatan secara otomatis setiap bulan untuk tabungan membantu menjaga disiplin keuangan

c. Pengelolaan Utang (*Debt Management*)

Memahami dan mengelola utang dengan baik adalah bagian penting dari money management. Ini mencakup memilih jenis utang yang baik (misalnya, pinjaman pendidikan atau KPR) dan menghindari utang yang buruk (misalnya, utang kartu kredit dengan bunga tinggi). Fokus utama dalam pengelolaan utang adalah membayar utang tepat waktu untuk menghindari denda dan bunga yang membengkak

d. Perencanaan Keuangan Jangka Panjang

Pengelolaan uang yang baik mencakup perencanaan untuk jangka panjang, seperti menabung untuk pensiun, membeli rumah, atau pendidikan anak. Alat investasi seperti reksa dana, saham, dan obligasi dapat digunakan untuk meningkatkan nilai tabungan jangka panjang. Perencanaan pensiun adalah salah satu aspek penting yang membutuhkan perhitungan matang untuk memastikan kecukupan dana di masa tua.

e. Investasi

Setelah memiliki dana darurat dan tabungan yang stabil, berinvestasi adalah langkah berikutnya dalam money management. Investasi dapat dilakukan di berbagai instrumen seperti saham, obligasi, atau properti, tergantung pada tujuan keuangan dan toleransi

risiko. Investasi membantu meningkatkan nilai aset dan mengantisipasi inflasi jangka panjang.

f. Asuransi (Financial protection)

Melindungi diri dari risiko finansial yang tak terduga adalah bagian dari pengelolaan uang. Asuransi, baik itu asuransi kesehatan, jiwa, atau properti, adalah cara untuk melindungi aset Anda dan meminimalkan kerugian akibat kejadian tak terduga.

g. Pengawasan dan Evaluasi

Penting untuk secara berkala mengevaluasi keuangan pribadi atau rumah tangga. Ini memungkinkan Anda untuk menilai apakah anggaran yang sudah dibuat masih sesuai atau perlu disesuaikan dengan perubahan pendapatan atau kebutuhan hidup.

Prinsip Dasar Pengelolaan Uang:

- a. Disiplin Keuangan: Konsisten dalam mengikuti anggaran yang dibuat.
- b. Prioritas Kebutuhan: Membedakan antara kebutuhan dan keinginan untuk menghindari pengeluaran berlebihan.
- c. Berinvestasi dengan Bijak: Memahami risiko dan potensi keuntungan sebelum berinvestasi.
- d. Menabung Lebih Awal: Semakin dini seseorang mulai menabung atau berinvestasi, semakin besar manfaat yang akan didapatkan dari bunga majemuk atau hasil investasi jangka panjang.

Dengan pengelolaan uang yang baik, seseorang dapat mencapai stabilitas finansial dan memenuhi kebutuhan hidup tanpa beban utang yang berlebihan, serta memiliki keamanan keuangan di masa depan.

2. Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*)

Perencanaan keuangan banyak dijelaskan oleh Gitman dkk (2018), bahwa perencanaan keuangan pribadi, mencakup komponen seperti anggaran, tabungan, investasi, pengelolaan utang, dan perlindungan aset melalui asuransi. Buku ini juga membahas perencanaan pensiun dan perencanaan pajak, serta menawarkan strategi untuk mencapai stabilitas keuangan. (Gitman, Lawrence J., & Joehnk, 2018)

Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*) adalah proses sistematis untuk mencapai tujuan keuangan dengan mengelola pendapatan, pengeluaran, investasi, serta aset secara efektif. Tujuan dari perencanaan keuangan adalah untuk memastikan seseorang atau keluarga memiliki rencana jangka pendek dan jangka panjang yang jelas dalam menjaga stabilitas finansial serta menghadapi situasi tak terduga.

Komponen Utama Perencanaan Keuangan:

a. Penentuan Tujuan Keuangan

Langkah awal dalam perencanaan keuangan adalah menetapkan tujuan yang jelas dan realistis. Tujuan ini bisa bersifat jangka pendek (seperti liburan atau pembelian barang), jangka menengah (seperti membeli mobil atau rumah), dan jangka panjang (seperti pendidikan anak atau pensiun). Tujuan keuangan harus SMART: Specific (spesifik), Measurable (terukur), Achievable (dapat dicapai), Relevant (relevan), dan Time-bound (memiliki batas waktu).

b. Mengatur Anggaran (*Budgeting*)

Membuat anggaran adalah fondasi dari perencanaan keuangan. Dengan anggaran, seseorang dapat mengetahui dengan jelas arus kas, yaitu pendapatan dan

pengeluaran. Pengeluaran harus diprioritaskan berdasarkan kebutuhan dasar (seperti makanan, tempat tinggal, dan transportasi) sebelum digunakan untuk keinginan atau hiburan. Salah satu metode populer dalam mengatur anggaran adalah Aturan 50/30/20: 50% untuk kebutuhan, 30% untuk keinginan, dan 20% untuk menabung atau investasi.

c. Pengelolaan Utang

Utang harus dikelola dengan hati-hati. Menggunakan utang secara bijaksana (misalnya untuk pendidikan, properti, atau bisnis) dapat menjadi investasi jangka panjang yang menguntungkan. Namun, utang konsumtif (seperti kartu kredit dengan bunga tinggi) harus dihindari. Perencanaan keuangan melibatkan strategi untuk melunasi utang secara efisien dengan memprioritaskan pembayaran utang berbunga tinggi terlebih dahulu.

d. Tabungan dan Dana Darurat

Salah satu komponen penting dari perencanaan keuangan adalah memiliki dana darurat. Idealnya, dana darurat sebesar 3-6 bulan pengeluaran rutin harus tersedia untuk menghadapi situasi tak terduga seperti kehilangan pekerjaan atau keadaan darurat medis. Tabungan reguler juga perlu diatur untuk kebutuhan jangka pendek dan menengah.

e. Investasi

Setelah membangun dana darurat dan tabungan yang cukup, perencanaan keuangan harus mencakup investasi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Investasi bisa berupa saham, obligasi, reksadana, properti, atau emas. Diversifikasi investasi adalah kunci untuk mengelola risiko. Portofolio investasi yang baik

akan tersebar di berbagai aset untuk meminimalkan kerugian jika salah satu instrumen tidak berkinerja baik.

f. Perencanaan Pensiun

Perencanaan pensiun adalah bagian krusial dari perencanaan keuangan jangka panjang. Ini melibatkan memperkirakan kebutuhan keuangan di masa pensiun dan mulai menabung atau berinvestasi sejak dini untuk memastikan kecukupan dana di masa depan. Memanfaatkan program pensiun seperti Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) atau investasi pribadi di berbagai instrumen adalah langkah yang baik untuk mempersiapkan pensiun.

g. Perlindungan Asuransi (*Risk Management*)

Untuk melindungi aset dan stabilitas keuangan, seseorang perlu memiliki asuransi yang memadai. Asuransi yang umumnya digunakan dalam perencanaan keuangan mencakup asuransi kesehatan, asuransi jiwa, asuransi kendaraan, dan asuransi properti. Asuransi membantu memitigasi risiko keuangan yang dapat timbul akibat kejadian tak terduga, seperti kecelakaan, bencana, atau kehilangan pencari nafkah.

h. Perencanaan Pajak

Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah perencanaan pajak. Tujuan perencanaan pajak adalah untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak dengan memanfaatkan keringanan pajak, insentif, atau strategi pengurangan pajak yang sah. Hal ini termasuk strategi untuk memanfaatkan investasi yang mendapatkan keringanan pajak atau meminimalkan pajak dari penghasilan tambahan.

i. Evaluasi dan Penyesuaian

Perencanaan keuangan adalah proses dinamis yang harus terus dievaluasi dan disesuaikan dengan perubahan situasi, seperti perubahan dalam pendapatan, pengeluaran, atau tujuan keuangan. Rencana keuangan perlu diperiksa secara berkala, misalnya setiap tahun, untuk memastikan apakah rencana tersebut masih sesuai atau perlu direvisi.

j. Perlindungan Keuangan (*Financial Protection*)

Mencakup asuransi dan langkah-langkah mitigasi risiko untuk melindungi aset dari hal-hal tak terduga seperti kehilangan pekerjaan atau penyakit.

Manfaat Perencanaan Keuangan:

Manfaat dari perencanaan keuangan sebagai akibat dari memahami literasi keuangan akan dirasakan oleh masyarakat, diantaranya:

- a. Kendali Atas Pengeluaran
Membantu dalam mengatur pengeluaran dan memastikan uang digunakan secara bijak.
- b. Pencapaian Tujuan Keuangan
Mempermudah mencapai tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang.
- c. Menghindari Masalah Keuangan
Mengelola utang dan pengeluaran dengan baik untuk menghindari krisis keuangan.
- d. Kesiapan Menghadapi Ketidakpastian
Dengan adanya dana darurat dan asuransi, perencanaan keuangan memberikan perlindungan dari kejadian-kejadian yang tidak terduga.

C. Tujuan Financial Literacy

Agar dapat memahami pentingnya *financial literacy*, maka setiap orang agar memahami tujuan untuk apa mereka memerlukan hal ini. Setidaknya ada beberapa tujuan yang diharapkan, yaitu:

1. Meningkatkan Pengambilan Keputusan Keuangan
Agar dapat membuat keputusan yang cerdas tentang pengeluaran, menabung, dan investasi.
2. Meningkatkan Kesejahteraan Finansial
Membantu individu mencapai kestabilan finansial dan menghindari kesulitan ekonomi.
3. Mengurangi Risiko Terjebak Utang
Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bunga kredit dan pengelolaan utang
4. Memaksimalkan Investasi dan Tabungan
Membantu orang untuk memaksimalkan penghasilan mereka melalui investasi yang bijak.

D. Prinsip-Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Agar literasi keuangan dapat berhasil dengan maksimal, maka kita harus melaksanakan prinsip-prinsip dasar literasi keuangan sebagai berikut:

1. Membuat Anggaran (*Budgeting*)
Menyusun perencanaan keuangan bulanan dengan menetapkan prioritas pengeluaran dan menabung
2. Menabung Sebagai Prioritas
Menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan sebelum digunakan untuk kebutuhan lainnya.
3. Bijak dalam Berutang
Menghindari berutang untuk kebutuhan konsumtif dan memahami bunga pinjaman.

4. Investasi Sesuai Risiko

Memahami bahwa setiap investasi memiliki risiko, dan menyesuaikan pilihan investasi dengan profil risiko dan tujuan keuangan

5. Proteksi Diri dan Aset

Menggunakan asuransi untuk melindungi diri dari risiko keuangan tak terduga.

E. Tantangan Dalam Meningkatkan Financial Literacy

Menjalankan atau memahami bukanlah hal yang mudah namun terkadang terdapat kendala-kendala yang mungkin setiap orang akan mengalamainya, diantaranya adalah:

1. Kurangnya Pendidikan Keuangan Formal

Banyak orang yang tidak mendapatkan edukasi finansial yang memadai di sekolah atau lingkungan keluarga.

2. Informasi yang Terlalu Kompleks

Topik seperti investasi atau pajak terkadang sulit dipahami oleh orang awam.

3. Kebiasaan Konsumtif

Pengaruh gaya hidup modern yang mendorong konsumsi berlebihan sering kali membuat seseorang sulit untuk menabung atau berinvestasi.

Dengan memahami dasar-dasar *financial literacy*, seseorang bisa lebih siap untuk menghadapi tantangan finansial dan mencapai kebebasan finansial di masa depan.

F. Pentingnya Financial Literacy bagi UMKM

Literasi keuangan sangat penting bagi UMKM karena membantu pelaku usaha dalam memahami pengelolaan keuangan yang tepat, yang berdampak langsung pada kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka. Dengan literasi keuangan, pemilik

UMKM dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam mengelola arus kas, menentukan harga produk, serta melakukan investasi yang sesuai untuk pengembangan usaha. Sebagai contoh, sekitar 82% UMKM yang gagal biasanya disebabkan oleh masalah manajemen arus kas, yang bisa dicegah dengan literasi keuangan yang baik.

Selain itu, literasi keuangan juga membantu UMKM dalam mengakses layanan keuangan formal, seperti kredit usaha atau pembiayaan mikro. Pemerintah Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai inisiatif lainnya terus mendorong peningkatan literasi keuangan untuk UMKM, terutama di daerah-daerah yang memiliki tingkat pemahaman keuangan yang rendah. Akses ke pembiayaan yang tepat memungkinkan UMKM berkembang lebih pesat, terutama di tengah perubahan ekonomi yang cepat (OJK, 2024).

Lebih lanjut, literasi keuangan juga berperan dalam mempersiapkan UMKM untuk menghadapi digitalisasi ekonomi. Dengan meningkatnya transaksi digital dan akses ke pasar online, kemampuan UMKM untuk mengelola keuangan digital menjadi krusial. Berbagai program edukasi keuangan yang digelar oleh pemerintah dan swasta bertujuan untuk memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan ini (OJK, 2024).

Kesimpulannya, literasi keuangan memberikan fondasi kuat bagi UMKM untuk mengelola bisnis secara lebih efisien, mengakses sumber daya finansial yang lebih luas, dan beradaptasi dengan transformasi digital, yang semuanya sangat penting untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang.

BAB 6

CREDIT SCORING

Credit scoring merupakan metode penilaian risiko kredit yang digunakan oleh lembaga keuangan untuk menilai kelayakan seseorang atau suatu perusahaan dalam mendapatkan pinjaman. Sistem ini menggunakan data historis terkait perilaku keuangan, seperti riwayat pembayaran, jumlah utang, serta durasi penggunaan kredit, untuk memberikan skor yang mencerminkan risiko kreditur. Skor kredit ini menjadi salah satu indikator penting dalam proses pengambilan keputusan oleh pemberi kredit, karena membantu mempercepat penilaian kelayakan pinjaman dengan cara yang lebih objektif dan efisien. Dalam konteks ekonomi yang semakin digital, penggunaan credit scoring telah menjadi komponen vital dalam proses pemberian kredit, baik kepada individu maupun usaha kecil dan menengah (UMKM).

Bagi UMKM, credit scoring memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan akses terhadap pembiayaan formal. Dalam beberapa kasus, UMKM menghadapi kendala dalam memperoleh pinjaman karena keterbatasan jaminan dan keterbukaan informasi keuangan. Dengan adanya sistem credit scoring, lembaga keuangan dapat menilai risiko kredit dari UMKM dengan lebih akurat, sehingga mempermudah proses persetujuan kredit. Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, credit scoring juga dihadapkan pada tantangan, terutama bagi individu atau entitas bisnis yang belum terjangkau oleh sistem keuangan formal, yang menyebabkan mereka kesulitan mendapatkan skor kredit yang memadai.

A. Pengertian Credit Scoring

Menurut Thomas et al, (2017), credit scoring adalah metode evaluasi yang digunakan oleh lembaga keuangan untuk menilai kelayakan kredit seseorang atau entitas berdasarkan riwayat keuangan mereka. Sistem ini menggabungkan data seperti riwayat pembayaran, jumlah hutang, durasi kredit, dan tipe kredit yang dimiliki untuk memberikan skor yang merefleksikan risiko gagal bayar. Skor kredit yang dihasilkan membantu pemberi pinjaman menentukan apakah calon debitur layak mendapatkan pinjaman dan pada tingkat suku bunga yang wajar.

Bank atau lembaga keuangan lainnya biasanya memiliki proses sistematis untuk melakukan analisis kredit dengan variabel yang sangat ketat. Pedomannya yaitu menggunakan prinsip 5C (*character, capacity, capital, condition, collateral*) dan 5P (*personality, purpose, prospect, payment, party*). Proses ini dilakukan oleh *bankir* dengan memvalidasi identitas calon peminjam ke SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan). Dulunya, proses ini lebih akrab dikenal dengan istilah *BI-Checking*. Kemudian peminjam juga akan diminta untuk melampirkan berbagai dokumen administrasi.

Dengan mengakses SILK, maka lembaga keuangan yang terdaftar Biro Informasi Kredit alias Lembaga Pengelola Informasi Perkreditan (LPIP) akan mendapati skor calon peminjam yang dihitung dari catatan kolektibilitasnya. Skornya antara 1 sampai dengan 5, di mana semakin kecil maka akan semakin besar potensi aplikasi pinjaman diterima. Namun apabila masuk skor 3, 4, dan 5 otomatis calon peminjam akan ditolak karena masuk ke daftar hitam (*blacklist*).

B. Manfaat Kredit Scoring Bagi Lembaga Keuangan

Credit scoring memberikan berbagai manfaat bagi lembaga keuangan, terutama dalam hal mengelola risiko kredit secara lebih

efisien. Berikut ini adalah manfaat yang bisa diperoleh bank maupun lembaga keuangan apabila menggunakan sistem *credit scoring* yang terintegrasi:

1. Mengevaluasi dan Menganalisis Permohonan Kredit

Analisis permohonan kredit membutuhkan kejelian dan ketelitian, sehingga keberadaan *credit scoring* adalah sebagai acuan sebelum pihak bank memutuskan memberikan kredit kepada nasabah. Melalui sistem *credit scoring* yang terintegrasi, maka pihak bank bisa membandingkan informasi dari peminjam dengan kinerja pinjaman nasabah yang lebih banyak dan terukur. Semakin banyak informasi yang didapatkan, maka akan bertambah baik pula penilaian dalam analisis permohonan kreditnya. Apalagi bagi para *decision maker* di bank atau lembaga keuangan, hal ini tentunya akan sangat membantu dalam mengelola pemberian kredit dan mengevaluasinya. Selain itu juga dapat meminimalisir risiko kredit macet di kemudian hari.

2. Membantu Proses Survey Kredit

Selain membantu analisis, keberadaan sistem *credit scoring* yang terintegrasi juga sangat berkontribusi dalam proses survey kredit. Proses survey pemberian kredit yang memakan waktu yang lama karena petugas terkait masih menggunakan data seadanya dan proses kerja konvensional, kini dapat diatasi. Ketika lembaga keuangan dan perbankan menggunakan sistem *credit scoring* terintegrasi, maka semua data akan muncul dengan lengkap dan cepat.

3. Menilai Kemampuan Bayar Peminjam Secara Lebih Baik

Jika biasanya sistem *credit scoring* konvensional hanya menekankan pada riwayat pembayaran atau *credit history*, lain halnya dengan sistem terintegrasi *credit scoring*.

Lembaga perbankan dan keuangan akan memperoleh gambaran yang jauh lebih spesifik. Sebagai contohnya, integrasi *credit scoring* dengan *big data* akan memungkinkan pihak bank atau lembaga keuangan untuk mengembangkan skor kredit melalui analisis risiko sesuai pendekatan lainnya. Seperti pendekatan psikologis dan kepribadian peminjam maupun mitra bisnis. Dengan begitu, pihak bank akan lebih mengetahui kebiasaan nasabah maupun mitra bisnis. Seperti seberapa sering berbelanja dan melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit.

C. Cara Kerja Kredit Scoring

Thomas et al, (2017) menjelaskan bahwa redit scoring bekerja dengan mengumpulkan dan menganalisis data keuangan dan perilaku kredit dari individu atau bisnis untuk menghasilkan skor yang mencerminkan risiko kredit mereka. Proses ini melibatkan beberapa langkah utama:

4. Pengumpulan Data Kredit

Lembaga keuangan atau biro kredit mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, termasuk riwayat pembayaran tagihan, jumlah utang, lamanya penggunaan kredit, tipe kredit yang dimiliki, dan aplikasi kredit yang diajukan. Data ini mencakup aktivitas keuangan yang didapat dari lembaga keuangan, kartu kredit, perusahaan leasing, dan catatan publik lainnya.

5. Penggunaan Model Statistik

ata yang terkumpul kemudian diolah menggunakan model statistik dan algoritma yang dirancang untuk memprediksi risiko gagal bayar. Model ini menghitung skor berdasarkan bobot tertentu yang diberikan pada setiap faktor, misalnya:

- a. Riwayat pembayaran (on-time atau terlambat).
- b. Jumlah kredit yang dimiliki dibandingkan dengan batas kredit (utilisasi kredit).
- c. Durasi penggunaan kredit (lamanya memiliki akun kredit).
- d. Jenis kredit (kredit berputar seperti kartu kredit atau kredit angsuran seperti pinjaman mobil).
- e. Riwayat pengajuan kredit baru.

6. Penentuan Score Kredit

Hasil dari model ini adalah sebuah skor kredit, yang biasanya berkisar antara 300 hingga 850 dalam model FICO, di mana skor yang lebih tinggi menunjukkan risiko yang lebih rendah. Semakin baik riwayat kredit seseorang, semakin tinggi skor kredit mereka.

7. Keputusan Kredit

Lembaga keuangan menggunakan skor kredit ini untuk memutuskan apakah akan menyetujui pengajuan kredit, berapa besar jumlah pinjaman yang layak diberikan, dan tingkat suku bunga yang akan dikenakan. Calon debitur dengan skor tinggi umumnya dianggap memiliki risiko rendah dan lebih mungkin mendapatkan persyaratan kredit yang lebih baik.

D. Model FICO dalam Penentuan Skor Kredit

FICO merupakan akronim dari Fair Isaac and Company oleh Bill Fair dan Earl Isaac pada tahun 1956 di Amerika Serikat. Keduanya merupakan rekan di Stanford Research Institute, California. Produk skor kredit sejatinya bukan produk pertama dari FICO, produk skor kredit baru dimulai ketika FICO berjalan dua tahun yang ditawarkan pada perusahaan-perusahaan pemberi pinjaman saat itu di Amerika Serikat.

Namun, baru pada tahun 1989 FICO menerbitkan metode penilaian skor kreditnya sendiri untuk umum, dua tahun setelah menjadi perusahaan publik. Skor kredit yang memiliki rentang 300 hingga 850 untuk individu dan 250 hingga 900 untuk korporasi ini dinilai berdasarkan laporan-laporan kredit dari berbagai lembaga keuangan. Tujuannya adalah agar supaya pemberi pinjaman atau kredit mengetahui kepantasan kredit (*creditworthiness*) dari seorang nasabah atau perusahaan. Pada tahun 2023, FICO secara resmi meluncurkan *platform*-nya di Indonesia dan beroperasi sebagai biro skor kredit swasta. Dalam rilisnya, FICO menyebutkan akan berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (FICO, 2023)

Model FICO (Fair Isaac Corporation) adalah salah satu sistem penilaian kredit yang paling banyak digunakan di seluruh dunia untuk menentukan kelayakan kredit seseorang. FICO score memberikan skor numerik yang mencerminkan risiko kredit calon debitur berdasarkan data historis yang tersedia dalam laporan kredit mereka. Skor FICO berkisar antara 300 hingga 850, dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan risiko kredit yang lebih rendah. Lembaga keuangan menggunakan FICO score untuk memprediksi seberapa besar kemungkinan calon debitur akan membayar pinjaman tepat waktu.

FICO score dihitung berdasarkan beberapa faktor utama dalam laporan kredit seseorang, dengan bobot yang berbeda untuk masing-masing faktor:

1. Riwayat Pembayaran (35%)

Ini adalah faktor yang paling berpengaruh. Semakin baik riwayat pembayaran (pembayaran tepat waktu), semakin tinggi skor FICO. Keterlambatan pembayaran, kebangkrutan, atau gagal bayar akan menurunkan skor.

2. Jumlah Utang (30%)

Faktor ini mencakup total utang dan tingkat pemanfaatan kredit (jumlah kredit yang digunakan dibandingkan dengan batas kredit). Penggunaan kredit yang tinggi akan menurunkan skor.

3. Lama Riwayat Kredit (15%)

Skor FICO mempertimbangkan lamanya akun kredit aktif. Semakin lama riwayat kredit yang dimiliki, semakin baik dampaknya terhadap skor.

4. Jenis Kredit yang Dimiliki (10%)

Campuran berbagai jenis kredit, seperti kredit berputar (kartu kredit) dan kredit angsuran (pinjaman mobil atau hipotek), juga memengaruhi skor. Memiliki variasi jenis kredit menunjukkan kemampuan untuk mengelola berbagai kewajiban kredit.

5. Aplikasi Kredit Baru (10%)

Setiap kali seseorang mengajukan kredit baru, hal ini akan tercatat sebagai "inquiry" dalam laporan kredit mereka. Banyak pengajuan kredit dalam waktu singkat dapat menurunkan skor karena dianggap sebagai indikasi risiko kredit yang lebih tinggi.

E. Menilai Nasabah dengan AI

FICO Score merupakan perusahaan skor kredit yang telah lama menggunakan data alternatif untuk penilaian skor kredit nasabah. Dengan data alternatif ini, FICO bisa mengembangkan sistem kecerdasan buatan (AI) yang bisa mempercepat proses *credit scoring*. Sayangnya, FICO bukan merupakan perusahaan asal Indonesia yang berarti, belum sepenuhnya mengenal karakter masyarakat Indonesia. Oleh karena itu lembaga keuangan sebaiknya melibatkan biro skor

kredit asal Indonesia yang telah memiliki pengalaman berinteraksi dengan nasabah di Indonesia.

Salah satu perusahaan skor kredit tersebut adalah Ascore.ai. Ascore merupakan perusahaan pengembang teknologi AI yang memanfaatkan data-data alternatif untuk menilai skor kredit seorang nasabah. Dengan pengalaman bermitra dengan lembaga keuangan asal Indonesia, Ascore mampu mengembangkan skor kredit yang akurat untuk pengambilan keputusan kredit. Anda bisa hubungi Ascore untuk mengenal berbagai solusi AI untuk lembaga keuangan.

F. Manfaat Credit Scoring Bagi UMKM

Credit scoring memiliki peranan penting dalam meningkatkan akses pembiayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sistem ini memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM, baik dari segi kelayakan mendapatkan kredit maupun dalam membangun kepercayaan dengan lembaga keuangan. Berikut adalah beberapa manfaat utama

1. Memperluas Akses terhadap Pembiayaan

Bagi UMKM, salah satu tantangan terbesar adalah akses yang terbatas terhadap pembiayaan formal. Dengan adanya credit scoring, lembaga keuangan dapat mengevaluasi UMKM secara lebih objektif dan efisien berdasarkan skor kredit yang diberikan. Hal ini membantu UMKM, terutama yang belum memiliki hubungan yang kuat dengan bank, untuk memperoleh pembiayaan yang lebih cepat dan mudah. Credit scoring memungkinkan lembaga keuangan menilai kelayakan kredit tanpa harus bergantung pada agunan fisik, yang biasanya menjadi kendala utama bagi UMKM

2. Mempercepat Proses Pengajuan Kredit

Credit scoring mempercepat proses pengajuan dan persetujuan kredit. UMKM tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan evaluasi kredit yang biasanya melibatkan proses manual dan panjang. Dengan skor kredit yang tersedia, lembaga keuangan dapat langsung menilai risiko kredit UMKM dan memberikan keputusan terkait pinjaman dengan cepat. Kecepatan ini penting bagi UMKM yang seringkali membutuhkan modal secara mendesak untuk mendanai operasional atau ekspansi usaha.

3. Meningkatkan Transparansi dan Kredibilitas UMKM

Credit scoring memberikan transparansi bagi UMKM dalam membangun reputasi keuangannya. Dengan skor kredit yang mencerminkan perilaku keuangan yang baik, UMKM dapat menunjukkan kredibilitas mereka kepada calon investor, mitra bisnis, atau lembaga keuangan lainnya. Skor kredit yang baik menjadi aset penting bagi UMKM dalam menarik lebih banyak investor atau memperoleh pinjaman dengan suku bunga yang lebih kompetitif. Ini membantu UMKM mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan.

4. Mengurangi Ketergantungan pada Jaminan Fisik

Banyak UMKM kesulitan untuk mengakses pinjaman karena kurangnya aset yang dapat dijadikan jaminan (collateral). Dengan credit scoring, evaluasi kredit lebih fokus pada riwayat kredit dan kinerja keuangan UMKM, sehingga mengurangi ketergantungan pada jaminan fisik. Ini memberikan peluang bagi UMKM yang belum memiliki aset besar untuk tetap bisa memperoleh

pembiayaan, asalkan mereka memiliki rekam jejak kredit yang baik.

5. Mendorong Perilaku Keuangan yang Lebih Bertanggung

Jawab

Sistem credit scoring mendorong UMKM untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih disiplin dan bertanggung jawab. Dengan memahami bahwa perilaku keuangan mereka akan memengaruhi skor kredit, UMKM cenderung akan lebih berhati-hati dalam melakukan pengelolaan keuangan, termasuk membayar pinjaman tepat waktu, menjaga rasio utang yang sehat, dan menghindari pengajuan kredit secara berlebihan. Ini tidak hanya bermanfaat bagi UMKM, tetapi juga bagi lembaga keuangan dalam mengurangi risiko gagal bayar.

6. Memudahkan Pencatatan dan Evaluasi Keuangan

Dengan adanya sistem credit scoring, UMKM secara otomatis terdorong untuk memperbaiki pencatatan keuangan dan laporan keuangannya. Hal ini penting karena banyak UMKM yang kurang terstruktur dalam pengelolaan keuangan, yang membuat mereka sulit dievaluasi oleh lembaga keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk mendapatkan skor kredit yang lebih tinggi dan, pada gilirannya, meningkatkan peluang untuk mendapatkan pembiayaan yang lebih besar.

BAB 7

KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDUKUNG KEINERJA UMKM

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. UMKM juga berperan penting dalam mendistribusikan kesejahteraan secara lebih merata, terutama di wilayah-wilayah terpencil. Namun, keberadaan UMKM sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya literasi keuangan dan digital, serta keterbatasan dalam inovasi dan akses pasar. Untuk itu, peran pemerintah dalam mendukung UMKM melalui berbagai kebijakan sangatlah krusial. Artikel ini akan mengkaji kebijakan-kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mendukung kinerja UMKM di Indonesia.

Pemerintah memiliki peran krusial dalam mendukung dan mendorong perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung ekonomi banyak negara, termasuk Indonesia. Sebagaimana diketahui UMKM memiliki peran yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, bahkan disaat tersulitpun dikala musibah wabah covid 19 melanda, sektor UMKM masih bisa berdiri tegak dibandingkan jenis usaha lainnya. Hal ini divuktikan oleh penelitian yang dilakukan Hasanudin (2022) yang menyatakan bahwa pandemi covid 19 tidak memiliki pengaruh terhadap penjualan sektor UMKM, bahkan mendorong para UMKM lebih kreatif dalam berusaha demi mempertahankan kelangsungan hidup.

Sudah hampir bisa dipastikan, UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam ekonomi Indonesia, baik dari segi kontribusi terhadap PDB, penyediaan lapangan kerja, hingga inovasi dan pengembangan ekonomi lokal. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, peran mereka dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif sangatlah besar.

Kendati demikian, bukan berarti tidak ada hambatan atau tantangan bagi UMKM dalam menghadapi usahanya. Beberapa tantangan tersebut termasuk:

1. Akses Pembiayaan
Kesulitan dalam mendapatkan modal yang cukup untuk pengembangan bisnis.
2. Regulasi dan Perizinan
Proses perizinan dan regulasi yang rumit dan seringkali membebani.
3. Akses Pasar
Keterbatasan dalam pemasaran dan akses ke pasar yang lebih luas
4. Teknologi dan Informasi
Keterbatasan dalam akses terhadap teknologi terbaru dan inovasi.

B. Kebijakan dan Program Pemerintah

Pemerintah dan sektor swasta perlu terus mendukung UMKM untuk memastikan bahwa mereka dapat berfungsi secara optimal dan terus berkontribusi pada perekonomian negara. Berikut adalah beberapa kebijakan yang sering diterapkan oleh pemerintah untuk mendukung UMKM, serta analisis dan pembahasannya:

1. Penyediaan Akses Pembiayaan
Pemerintah sering kali memperkenalkan berbagai skema pembiayaan khusus untuk UMKM, seperti kredit mikro

dengan bunga rendah, subsidi bunga, dan jaminan kredit. Dengan fasilitas ini dapat memudahkan UMKM mendapatkan modal yang dibutuhkan tanpa harus bergantung pada sumber pembiayaan yang mahal atau sulit diakses. Disisi lain terdapat risiko kredit macet jika UMKM tidak mampu mengelola pinjaman dengan baik. Selain itu, prosedur pengajuan yang rumit atau kurangnya literasi keuangan dapat menghambat akses ke pembiayaan.

2. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas

Program pelatihan dan workshop untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan teknis bagi pelaku UMKM. Dengan fasilitas ini dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam menjalankan bisnis secara efisien, berinovasi, dan bersaing di pasar. Disisi lain seringkali program ini tidak merata atau kurang sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM. Selain itu, ada kemungkinan bahwa pelatihan tidak diterapkan secara efektif dalam praktik.

3. Fasilitasi Pemasaran dan Ekspor

Pengembangan platform digital, pameran dagang, dan bantuan dalam memasarkan produk UMKM baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan fasilitas ini dapat memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan daya saing produk. Platform digital mempermudah UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Disisi lain UMKM sering menghadapi tantangan dalam hal penetrasi pasar dan kompetisi dengan produk yang lebih besar dan lebih dikenal. Selain itu, biaya untuk berpartisipasi dalam pameran atau menggunakan platform digital bisa menjadi beban tambahan.

4. Kemudahan Perizinan dan Regulasi

Pemerintah melakukan penyederhanaan proses perizinan, pengurangan biaya administrasi, dan penyediaan panduan

yang jelas mengenai regulasi yang berlaku. Dengan fasilitas ini dapat mengurangi hambatan bagi UMKM untuk memulai dan menjalankan usaha mereka dengan lebih efisien. Disisi lain meskipun proses perizinan disederhanakan, birokrasi dan regulasi yang berubah-ubah masih bisa menjadi kendala, terutama bagi UMKM yang kurang memiliki kapasitas untuk beradaptasi.

5. Insentif Pajak

Pemerintah memberikan pengurangan pajak atau pemberian insentif pajak untuk UMKM, seperti penghapusan pajak untuk tahun-tahun awal beroperasi. Dengan fasilitas ini dapat membantu UMKM mengurangi beban keuangan dan meningkatkan arus kas, yang penting untuk pertumbuhan awal bisnis. Disisi lain penegakan dan pelaporan pajak yang rumit atau kurangnya informasi tentang insentif pajak dapat mengurangi manfaat yang diterima oleh UMKM. Selain itu, sejak beberapa tahun terakhir, pemerintah telah menurunkan tarif Pajak Penghasilan (PPH) bagi UMKM. UMKM dengan omset di bawah Rp4,8 miliar per tahun dikenakan pajak dengan tarif PPh Final sebesar 0,5%. Kebijakan ini bertujuan untuk meringankan beban pajak UMKM dan mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk menjalankan usahanya secara resmi.

6. Kolaborasi dengan Sektor Swasta

Kerjasama antara pemerintah dan perusahaan besar atau lembaga keuangan untuk mendukung UMKM melalui program kemitraan atau *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Dengan fasilitas ini dapat memberikan UMKM akses ke jaringan, sumber daya, dan pasar yang lebih luas. Disisi lain kemitraan ini mungkin lebih menguntungkan bagi UMKM yang lebih besar atau yang sudah memiliki potensi, sementara UMKM yang lebih

kecil atau baru mungkin tidak mendapatkan perhatian yang sama.

7. Kebijakan Perlindungan dan Hak Kekayaan Intelektual
Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual (HKI) untuk UMKM, termasuk pendaftaran merek dagang dan paten. Dengan fasilitas ini dapat melindungi inovasi dan identitas UMKM dari peniruan atau pencurian, yang penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Di sisi lain proses pendaftaran HKI bisa mahal dan rumit, serta membutuhkan pemahaman dan sumber daya yang mungkin tidak dimiliki oleh UMKM.
8. Program Pelatihan dan Pendampingan UMKM
Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM serta berbagai lembaga terkait telah menyelenggarakan banyak program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial, literasi keuangan, dan keterampilan digital UMKM. Program ini mencakup pelatihan dalam manajemen keuangan, pembukuan, pemasaran online, serta penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional.
9. Program Pengembangan UMKM Berbasis Digital
Dalam menghadapi era digital, pemerintah juga mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai inisiatif seperti *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital* dan *UMKM Go Digital*. Program ini bertujuan untuk meningkatkan adopsi teknologi digital oleh UMKM, mulai dari pemasaran online hingga pengelolaan inventori dan manajemen keuangan berbasis digital. Program ini membantu UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional.

Kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM memiliki dampak yang signifikan pada pertumbuhan dan keberlangsungan

usaha kecil dan mikro. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, penting bagi pemerintah untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian kebijakan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan. Kolaborasi yang efektif antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM itu sendiri juga sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung dan berkelanjutan.

C. Program Pemerintah Dalam Mendorong UMKM

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berikut adalah beberapa contoh konkrit bantuan pemerintah yang telah diimplementasikan:

1. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)

KUR adalah program pembiayaan yang diberikan kepada UMKM dengan bunga rendah dan syarat yang lebih ringan dibandingkan kredit bank konvensional. Program ini bertujuan untuk mempermudah akses modal bagi UMKM. Program yang telah diberikan: (Kementerian Koperasi dan UKM)(<http://www.depkop.go.id/kredit-usaha-rakyat>)

- a. Bunga: Pemerintah memberikan subsidi bunga, sehingga bunga KUR bisa sangat rendah, sering kali sekitar 6% per tahun.
- b. Plafon Kredit: Pinjaman KUR dapat mencapai Rp500 juta per debitur, tergantung pada jenis dan kebutuhan usaha.

2. Bantuan Langsung Tunai (BLT)

Pemerintah memberikan bantuan langsung tunai kepada UMKM yang terdampak pandemi COVID-19 untuk membantu mereka bertahan dan tetap beroperasi. Program ini dikenal dengan nama resmi Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM). Program ini bertujuan untuk:

- a. Membantu UMKM yang mengalami kesulitan keuangan akibat menurunnya aktivitas ekonomi selama pandemi.
- b. Memberikan dukungan modal kerja bagi UMKM yang terdampak, sehingga mereka dapat mempertahankan bisnisnya.
- c. Mendorong pemulihan ekonomi nasional dengan menjaga keberlangsungan sektor UMKM sebagai salah satu penopang perekonomian Indonesia.

Berikut proram yang telah dilaksanakan:

- a. UMKM mendapatkan bantuan langsung sebesar Rp2,4 juta per pelaku usaha.
 - b. Bantuan ini disalurkan melalui bank-bank pemerintah seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Mandiri.
3. Program Digitalisasi UMKM

Dalam menghadapi era digital, pemerintah juga mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai inisiatif seperti *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital* dan *UMKM Go Digital*. Program ini bertujuan untuk meningkatkan adopsi teknologi digital oleh UMKM, mulai dari pemasaran online hingga pengelolaan inventori dan manajemen keuangan berbasis digital. Program ini membantu UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional.

Pemerintah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendorong digitalisasi UMKM, termasuk bantuan untuk pembuatan website, pelatihan e-commerce, dan akses ke platform digital. Adapun program yang telah diberikan diantaranya:

- a. Platform e-Commerce: Bantuan untuk mendaftar dan memasarkan produk UMKM di platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee.
- b. Pelatihan: Program pelatihan digital yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, bekerja sama dengan perusahaan teknologi.
4. Program Kemitraan dan Pengembang UMKM
Pemerintah mendorong kemitraan antara UMKM dengan perusahaan besar untuk pengembangan kapasitas dan akses pasar. Programnya berupa: (Kementerian Koperasi dan UKM)[<http://www.depkop.go.id/kemitraan-umkm>]
 - a. Kemitraan Korporasi: Program kemitraan antara UMKM dengan perusahaan besar yang berfungsi sebagai pembeli atau mitra produksi.
 - b. Pendampingan: Pendampingan dan bimbingan teknis untuk UMKM yang terlibat dalam program kemitraan.
5. Penyederhanaan Proses Perizinan
Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk menyederhanakan proses perizinan usaha, agar UMKM dapat lebih mudah mendapatkan izin usaha yang diperlukan. Berikut adalah program yang telah dijalankan: (OSS - Online Single Submission)[<https://oss.go.id/>]
 - a. *Online Single Submission* (OSS): Sistem OSS memungkinkan UMKM untuk mengurus berbagai perizinan usaha secara online, mengurangi waktu dan biaya yang diperlukan untuk mendapatkan izin.
 - b. Perizinan Sederhana: Penyederhanaan dan pemangkasan biaya perizinan untuk UMKM.
6. Program Pendaftaran Merek dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
Pemerintah menyediakan bantuan dalam pendaftaran merek dagang dan hak kekayaan intelektual lainnya untuk melindungi inovasi dan produk UMKM. Program yang

telah dilaksanakan adalah: (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual)(<https://www.dgip.go.id/>)

- a. Biaya Pendaftaran: Subsidi atau pengurangan biaya pendaftaran merek dagang bagi UMKM.
 - b. Pendampingan: Bantuan teknis dan informasi mengenai proses pendaftaran HKI.
7. Program Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas
- Pemerintah menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan teknis bagi pelaku UMKM. Program yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:
- a. Pelatihan: Program pelatihan yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, serta lembaga pelatihan kerja sama pemerintah. Berikut adalah beberapa inisiatif pelatihan utama:
 - Pelatihan Keterampilan Manajerial dan Kewirausahaan
Kementerian Koperasi dan UKM menyediakan berbagai pelatihan manajerial yang ditujukan untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan bisnis para pelaku UMKM. Topik yang dibahas meliputi pe pengelolaan keuangan, pemasaran dan branding, pengelolaan sumber daya manusia
 - Pelatihan Digitalisasi dan Teknologi
Program ini dirancang untuk memperkenalkan UMKM pada teknologi digital yang dapat digunakan dalam operasional bisnis. Salah satu fokus utama adalah pelatihan e-commerce dan pemanfaatan platform digital untuk memasarkan produk secara lebih luas. Kegiatan ini mencakup: pelatihan literasi digital, Pengelolaan toko online, dan pelatihan teknologi keuangan (fintech).
 - Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk

Program ini membantu UMKM dalam meningkatkan standar mutu produk mereka, sehingga produk-produk UMKM bisa lebih kompetitif di pasar global. Aspek pelatihan ini mencakup: desain produk dan standar sertifikasi produk seperti Sertifikasi Halal, Standar Nasional Indonesia (SNI), serta sertifikasi mutu dan keamanan pangan untuk produk makanan.

- Pelatihan Pengembangan Ekspor
Kementerian Koperasi dan UKM, bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan, menyediakan pelatihan khusus bagi UMKM yang memiliki potensi ekspor. Program ini mengajarkan: prosedur ekspor, Riset pasar internasional, Pameran dan promosi internasional.
- Program Kemitraan dengan Lembaga Pelatihan
Kementerian Koperasi dan UKM juga bekerja sama dengan berbagai lembaga pelatihan, baik dari sektor swasta, BUMN, maupun lembaga internasional, untuk memperluas jangkauan dan topik pelatihan. Beberapa contoh program kemitraan ini adalah: Program Pengembangan Kapasitas Ekonomi Lokal (P2EKL) yang berfokus pada pengembangan kapasitas UMKM di daerah dengan pelatihan sesuai kebutuhan local dan Kemitraan dengan Google dan Facebook dimana program ini melibatkan pelatihan digital marketing yang diselenggarakan bekerja sama dengan raksasa teknologi, seperti Google dan Facebook, yang bertujuan untuk meningkatkan kehadiran digital UMKM.
- Pelatihan Bersertifikat dan Inkubator Bisnis
Beberapa program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah juga menawarkan sertifikat yang dapat digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan

kredibilitas usaha mereka. Selain itu, inkubator bisnis didirikan untuk memberikan pendampingan lebih lanjut, seperti akses ke investor, dukungan teknologi, serta konsultasi pengembangan usaha.

- Pelatihan Pendampingan dan Monitoring
- Pelatihan tidak hanya berhenti pada tahap edukasi, namun juga disertai dengan pendampingan dan monitoring pasca-pelatihan. Kementerian Koperasi dan UKM, bekerja sama dengan pemerintah daerah, memberikan pendampingan langsung kepada UMKM dalam implementasi hasil pelatihan. Program ini mencakup konsultasi bisnis dan evaluasi kinerja

b. Workshop dan Seminar: Berbagai workshop dan seminar untuk meningkatkan keterampilan UMKM dalam aspek-aspek bisnis tertentu.

8. Bantuan Infrastruktur dan Fasilitas

Pemerintah juga memberikan bantuan dalam bentuk pembangunan atau peningkatan infrastruktur yang mendukung UMKM, seperti pasar dan pusat industri kecil. Adapun programnya adalah sbb: (Kementerian Perdagangan)[<http://www.kemendag.go.id/>]

- a. Pasar Rakyat: Pembangunan dan revitalisasi pasar rakyat untuk mempermudah UMKM menjangkau konsumen.
- b. Sentra Industri Kecil: Pembangunan sentra industri kecil dengan fasilitas bersama untuk UMKM.

Bantuan pemerintah kepada UMKM di Indonesia sangat beragam dan mencakup berbagai aspek dari pembiayaan, pelatihan, digitalisasi, hingga perlindungan hukum. Inisiatif-inisiatif ini dirancang untuk membantu UMKM bertahan, berkembang, dan berkontribusi secara optimal terhadap

perekonomian nasional. Untuk informasi lebih detail dan pembaruan, dapat mengakses situs web resmi dari lembaga-lembaga pemerintah terkait yang telah disebutkan

BAB 8

KINERJA UMKM

A. Pengertian dan Peran Kinerja UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang (Rahmah et al., 2022).

Kinerja UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat didefinisikan sebagai kemampuan UMKM dalam mencapai tujuan ekonomi dan sosialnya, seperti meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan memperluas penyerapan tenaga kerja. Kinerja UMKM juga melibatkan aspek keuangan, seperti omzet, laba, dan kemampuan dalam mengelola sumber daya yang tersedia. Kriteria UMKM meliputi :

1. Lokasi usaha yang berpindah-pindah dan tidak melibatkan tanah serta bangunan.
2. Produk yang dijual dapat berganti-ganti, dengan jumlah produk yang tidak terlalu banyak.
3. Tidak berdasarkan administrasi organisasi, karena fokusnya sebagai penggerak perekonomian bangsa. (Sulaeman, 2023)

Kinerja UMKM penting karena berbagai alasan:

1. Meningkatkan Pendapatan: Kinerja yang baik dapat meningkatkan pendapatan UMKM, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Menciptakan Lapangan Kerja: UMKM yang berkinerja baik dapat menciptakan lapangan kerja yang lebih banyak, sehingga mengurangi tingkat pengangguran.

3. Mengurangi Kemiskinan: Dengan meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja, UMKM dapat membantu mengurangi kemiskinan di masyarakat.
4. Mengentaskan Masyarakat Berpenghasilan Rendah: Kinerja UMKM yang baik dapat menyediakan jaring pengaman ekonomi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, membantu mereka meningkatkan kesejahteraan hidup

B. Indikator Kinerja UMKM

Indikator kinerja UMKM adalah alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi operasional usaha kecil dan menengah (UKM). Pengukuran kinerja UMKM dapat dilakukan melalui berbagai aspek, baik dari sisi keuangan maupun non-keuangan. Berikut adalah beberapa indikator kinerja UMKM yang umum digunakan:

1. Indikator Kinerja Keuangan
 - a. Pendapatan dan Laba bersih
 - Pendapatan merupakan indikator utama untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan uang. Meningkatnya pendapatan biasanya menunjukkan peningkatan dalam volume penjualan atau layanan yang disediakan oleh UMKM
 - Pengukuran laba bersih sebagai hasil setelah dikurangi seluruh biaya operasional. Laba bersih menunjukkan kemampuan UMKM dalam menghasilkan keuntungan setelah semua biaya operasional telah dipotong
 - b. Arus Kas (Cash Flow)
 - Arus kas yang sehat menunjukkan likuiditas usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

- Mempertimbangkan perbedaan antara arus kas operasional, investasi, dan pembiayaan
- c. Return on Investment (ROI)
 - Mengukur efektivitas investasi yang dilakukan oleh UMKM.
 - ROI dihitung sebagai perbandingan antara laba bersih dan total investasi yang dilakukan.
- 2. Indikator Kerja Non-Keuangan
 - a. Pertumbuhan Penjualan

Indikator ini menunjukkan peningkatan volume penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan UMKM.
 - b. Pertumbuhan Pelanggan

Meningkatnya jumlah pelanggan menunjukkan kemampuan UMKM dalam meningkatkan basis konsumen dan potensi penjualan di masa depan
 - c. Pertumbuhan Keuntungan

Indikator ini menunjukkan peningkatan laba bersih yang dapat menunjukkan efisiensi operasional dan kemampuan UMKM dalam mengelola biaya.
 - d. Book Keeping Literacy

Kemampuan dalam pencatatan data yang berkaitan dengan transaksi akuntansi. Book keeping literacy adalah ketrampilan penting yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan bisnis
- 3. Indikator Kinerja Digitalisasi
 - a. Adopsi Teknologi Digital
 - Mengukur tingkat adopsi teknologi dalam proses bisnis UMKM, seperti penggunaan software manajemen, e-commerce, atau pemasaran digital.

- Indikator ini penting dalam melihat seberapa siap UMKM menghadapi tantangan era digital.
- b. Eksposur Pasar Online
 - Mengukur kehadiran UMKM di pasar digital, seperti marketplace atau media sosial.
 - Indikator ini mencakup jumlah penjualan online, tingkat engagement di media sosial, dan konversi pemasaran digital
- 4. Indikator Kinerja Berdasarkan Sumber Daya Manusia (SDM)
 - a. Tingkat Produktivitas Karyawan
 - Produktivitas diukur dengan rasio output yang dihasilkan per unit tenaga kerja.
 - Kinerja karyawan dapat diukur melalui penilaian kinerja rutin atau feedback dari pelanggan.
 - b. Retensi Karyawan

Mengukur kemampuan UMKM dalam mempertahankan karyawan berkualitas. Tingkat turnover karyawan yang rendah sering dikaitkan dengan manajemen SDM yang baik dan lingkungan kerja yang kondusif.

C. Tantangan UMKM di Tingkat Nasional Dan Global

Berikut tantangan yang dihadapi oleh UMKM, baik di Indonesia maupun di tingkat global:

3. Akses Terbatas ke Pembiayaan

Akses terbatas ke pembiayaan formal oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di negara berkembang, termasuk Indonesia, merupakan masalah yang signifikan. Berikut beberapa alasan dan faktor yang mempengaruhi akses terbatas ini:

- a. **Persyaratan Pinjaman yang Ketat**
Menurut (Nugraeni et al., 2023) Persyaratan kredit formal yang ketat sering kali menjadi hambatan utama bagi UMKM. Lembaga penyedia kredit formal memiliki standar yang tinggi untuk menilai kelayakan pemberian kredit, seperti kemampuan debitur dalam membayar kredit kembali dan jaminan aset yang tinggi. Hal ini membuat banyak UMKM yang tidak dapat memenuhi persyaratan tersebut.
- b. **Keterbatasan Agunan**
UMKM sering kali tidak memiliki agunan yang cukup untuk memenuhi persyaratan kredit formal. Agunan yang tinggi adalah salah satu syarat yang diperlukan oleh lembaga keuangan untuk memberikan pinjaman, namun UMKM sering kali tidak memiliki aset yang signifikan untuk dijadikan agunan
- c. **Kurangnya Informasi dan Edukasi**
Menurut (Santoso, 2020) Banyak UMKM yang belum memiliki informasi yang cukup tentang akses pembiayaan formal. Kurangnya edukasi dan pendampingan intensif dapat membuat UMKM sulit dalam mengakses fasilitas pembiayaan yang tersedia.
- d. **Kondisi Ekonomi Lokal**
Lokasi usaha juga mempengaruhi akses pembiayaan. UMKM di daerah terpencil atau daerah yang kurang maju mungkin lebih sulit untuk mendapatkan akses pembiayaan karena keterbatasan infrastruktur dan jaringan keuangan

Solusi yang yang diberikan untuk menghadapi tantangan tersebut anatra lain berupa:

- a. Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi)

Program UMi dirancang untuk memberikan solusi pembiayaan yang terjangkau dan mudah diakses oleh pelaku UMKM yang belum dapat menjangkau kredit perbankan konvensional. Program ini memiliki persyaratan yang lebih fleksibel dan tidak memerlukan jaminan aset yang tinggi, sehingga memudahkan UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan.

b. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai kebijakan untuk mempermudah akses pembiayaan bagi UMKM. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan peningkatan akses pembiayaan UMKM melalui subsidi bunga dan penyederhanaan prosedur pengajuan adalah contoh kebijakan yang telah diterapkan.

c. Kolaborasi dengan Lembaga Keuangan Mikro

Kolaborasi dengan lembaga keuangan mikro dan koperasi dapat memperluas jangkauan pembiayaan bagi UMKM. Lembaga-lembaga ini sering kali memiliki kebijakan yang lebih fleksibel dan dapat memberikan bantuan yang lebih spesifik kepada UMKM.

Dengan demikian, untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM, diperlukan kombinasi dari kebijakan pemerintah yang mendukung, program-program pembiayaan yang fleksibel, serta kolaborasi dengan lembaga keuangan mikro dan non-keuangan.

4. Keterbatasan Literasi Keuangan dan Digital

Banyak pelaku UMKM di Indonesia masih memiliki keterbatasan dalam hal literasi keuangan dan digital.

Rendahnya pemahaman tentang manajemen keuangan, pembukuan, serta cara mengakses teknologi digital untuk pemasaran dan operasional bisnis menyebabkan banyak UMKM tidak dapat bersaing secara efektif di pasar. Keterbatasan ini juga mempengaruhi kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi

5. Daya Saing yang Rendah

UMKM di Indonesia umumnya memiliki daya saing yang rendah, baik di pasar domestik maupun internasional. Banyak dari mereka yang masih menggunakan teknologi produksi yang sederhana, kurang inovasi, dan tidak memiliki strategi pemasaran yang kuat. Faktor-faktor ini membuat produk UMKM kurang mampu bersaing dalam hal kualitas, kuantitas, dan harga dibandingkan produk dari perusahaan besar atau UMKM dari negara lain.

6. Keterbatasan Infrastruktur dan Distribusi

Masalah infrastruktur di Indonesia, terutama di daerah-daerah terpencil, menghambat UMKM dalam mendistribusikan produk mereka secara efisien. Biaya logistik yang tinggi dan jaringan distribusi yang kurang memadai membuat UMKM kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini semakin diperburuk oleh kurangnya akses ke infrastruktur teknologi informasi yang baik, sehingga banyak UMKM tidak bisa memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar mereka.

7. Persaingan Pasar yang Ketat

Di tingkat global, UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar dan UMKM dari negara lain yang memiliki akses lebih baik terhadap teknologi, pembiayaan, dan pasar. Persaingan ini sering kali tidak seimbang, terutama dalam hal inovasi, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran global. UMKM dari negara-negara maju

umumnya memiliki daya saing yang lebih tinggi karena dukungan infrastruktur dan kebijakan yang lebih kuat.

8. Akses ke Pasar Internasional

Meskipun ada banyak peluang di pasar global, UMKM sering kali kesulitan untuk menembus pasar internasional. Tantangan ini mencakup regulasi yang berbeda di berbagai negara, hambatan tarif, serta persyaratan standar kualitas yang lebih tinggi. Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran internasional dan logistik sering menjadi penghalang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan mereka ke luar negeri.

7. Kurangnya Akses terhadap Teknologi dan Inovasi

Di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, UMKM masih tertinggal dalam adopsi teknologi canggih dan inovasi yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka. Penggunaan teknologi yang terbatas, seperti e-commerce, automasi, dan perangkat lunak manajemen bisnis, membuat UMKM sulit bersaing dengan perusahaan besar yang lebih maju secara teknologi.

8. Dampak Perubahan Ekonomi Global

Perubahan dalam kondisi ekonomi global, seperti fluktuasi mata uang, perang dagang, atau resesi ekonomi, dapat memberikan tekanan besar pada UMKM. Karena skala operasi mereka yang lebih kecil, UMKM cenderung lebih rentan terhadap perubahan-perubahan ini dibandingkan perusahaan besar. Pandemi COVID-19, misalnya, telah mengganggu rantai pasokan global, permintaan pasar, dan stabilitas keuangan yang sangat memengaruhi UMKM di berbagai negara.

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Kinerja UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berperan dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha. Faktor-faktor ini mencakup aspek internal dan eksternal yang mempengaruhi produktivitas, profitabilitas, dan daya saing UMKM. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi kinerja UMKM:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

a. Kualitas Manajemen

Keterampilan manajerial yang baik menjadi faktor utama dalam menentukan kinerja UMKM. Kemampuan pemilik atau pengelola UMKM dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan usaha sangat mempengaruhi produktivitas dan efisiensi operasional. Kurangnya kemampuan manajemen dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan sumber daya lainnya.

b. Kompetensi dan Pelatihan Karyawan

Kinerja UMKM sangat tergantung pada kompetensi tenaga kerja. SDM yang terampil dan berpengalaman akan mendukung pertumbuhan usaha. Sebaliknya, kurangnya pelatihan dan pengembangan keterampilan pada karyawan dapat menghambat inovasi dan produktivitas usaha.

2. Akses Terhadap Pembiayaan

a. Modal Usaha

Keterbatasan akses terhadap pembiayaan sering kali menjadi hambatan utama bagi UMKM. Akses modal yang memadai sangat penting untuk mendanai operasi harian, investasi dalam aset, serta pengembangan

produk atau layanan baru. Banyak UMKM yang menghadapi kesulitan mendapatkan kredit dari lembaga keuangan karena kurangnya agunan atau kurangnya riwayat kredit yang baik.

b. Bunga Kredit

Tingkat suku bunga kredit yang tinggi juga memengaruhi kemampuan UMKM dalam meminjam dana. Pembiayaan dengan bunga tinggi meningkatkan beban biaya usaha, yang pada akhirnya dapat menurunkan profitabilitas UMKM.

3. Teknologi dan Inovasi

- Penggunaan Teknologi

Teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional UMKM. Penggunaan teknologi informasi, sistem automasi, dan platform digital untuk pemasaran dan manajemen dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Namun, banyak UMKM yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi karena keterbatasan pengetahuan atau sumber daya.

- Inovasi Produk dan Proses

Inovasi dalam pengembangan produk dan proses produksi juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. UMKM yang mampu berinovasi dengan cepat dan adaptif terhadap perubahan pasar cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dan berpotensi memperluas pasar.

- Digitalisasi

Digitalisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, terutama dalam hal peningkatan efisiensi operasional, akses pasar, inovasi produk, serta hubungan dengan pelanggan. Berikut adalah rincian

dampaknya berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh (Anatan & Nur, 2023):

a) Peningkatan efisiensi operasional

Digitalisasi membantu UMKM mengotomatisasi berbagai proses bisnis, seperti manajemen inventaris, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran digital. Hal ini mengurangi ketergantungan pada proses manual yang lambat dan tidak efisien. UMKM yang menggunakan teknologi digital cenderung lebih produktif, karena waktu dan tenaga kerja yang sebelumnya dialokasikan untuk tugas administratif dapat dialihkan untuk kegiatan yang lebih strategis.

b) Meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas

Dengan adopsi e-commerce dan media sosial, UMKM dapat menjangkau pelanggan baru, baik di tingkat nasional maupun internasional. Platform digital seperti marketplace dan media sosial memungkinkan UMKM untuk menjual produk tanpa terbatas pada lokasi fisik.

c) Meningkatkan inovasi produk dan layanan

Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk lebih mudah berinovasi, baik dalam pengembangan produk maupun cara berinteraksi dengan pelanggan. Alat analitik dan data konsumen memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produk mereka sesuai dengan kebutuhan pasar

d) Meningkatkan Pengelolaan Hubungan dengan Pelanggan

Teknologi CRM (Customer Relationship Management) membantu UMKM mengelola hubungan dengan pelanggan secara lebih efektif.

UMKM dapat mempersonalisasi layanan dan komunikasi dengan pelanggan, yang meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Pemasaran dan Akses Pasar

- Strategi Pemasaran

UMKM yang memiliki strategi pemasaran yang baik, termasuk pemahaman tentang segmentasi pasar, promosi, dan distribusi, cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Pemasaran yang efektif memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun merek yang kuat.

- Akses ke Pasar

Akses pasar yang luas, termasuk akses ke pasar domestik dan internasional, sangat memengaruhi kinerja UMKM. Keterbatasan akses pasar sering kali disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang permintaan pasar, jaringan distribusi yang lemah, atau ketidakmampuan bersaing di pasar yang lebih besar.

5. Infrastruktur dan Lingkungan Usaha

- Ketersediaan Infrastruktur

Infrastruktur yang memadai, seperti jalan raya, listrik, internet, dan fasilitas produksi, sangat penting bagi kelancaran operasional UMKM. Di banyak daerah, khususnya daerah terpencil, infrastruktur yang kurang memadai dapat menghambat akses ke bahan baku, distribusi produk, dan penggunaan teknologi digital.

- Lingkungan Usaha yang Mendukung

Stabilitas ekonomi, iklim politik, serta regulasi yang kondusif merupakan faktor eksternal yang sangat memengaruhi kinerja UMKM. Kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM, seperti insentif pajak,

regulasi yang sederhana, serta program bantuan dan pendampingan, dapat memberikan dorongan besar bagi pengembangan UMKM.

6. Literasi Keuangan

- Pengelolaan Keuangan

Literasi keuangan yang rendah sering kali menjadi masalah bagi banyak UMKM. Pemahaman yang minim tentang pengelolaan keuangan, termasuk perencanaan anggaran, pengendalian arus kas, dan pembukuan, dapat menghambat kinerja usaha. UMKM yang tidak memiliki sistem pengelolaan keuangan yang baik berisiko mengalami masalah likuiditas dan tidak mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang sulit.

- Perencanaan dan Pengelolaan Kredit

Kemampuan untuk mengelola utang dan kredit dengan baik juga merupakan faktor penting. UMKM yang tidak memahami risiko kredit atau memanfaatkan utang secara tidak bijaksana bisa menghadapi kesulitan dalam pembayaran kembali pinjaman, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja bisnis secara keseluruhan.

7. Jaringan dan Kerja Sama

- Kemitraan

Jaringan dan kerja sama yang baik dengan pemasok, distributor, lembaga keuangan, dan pihak lain dapat memberikan dukungan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Kemitraan yang solid juga membantu UMKM mendapatkan akses lebih baik ke pasar, bahan baku, dan pembiayaan.

- Komunitas Bisnis

Berada dalam komunitas bisnis atau asosiasi industri yang aktif dapat memberikan keuntungan bagi UMKM. Komunitas bisnis memberikan peluang untuk

berbagi pengetahuan, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat daya tawar di pasar.

8. Kondisi Ekonomi Makro

Inflasi yang tinggi dapat meningkatkan biaya operasional UMKM, termasuk biaya bahan baku dan tenaga kerja. Hal ini bisa menekan margin keuntungan, terutama bagi UMKM yang sulit untuk menaikkan harga jual produknya karena persaingan yang ketat di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alabi, F. A., David, J. O., & Aderinto, O. C. (2019). The impact of government policies on business growth of SMEs in South Western Nigeria. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 1(2), 1-14.
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6).
<https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Al Omoush, K., Lassala, C., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). The role of digital business transformation in frugal innovation and SMEs' resilience in emerging markets. *International Journal of Emerging Markets*.
- Alyahya'ei, N., Husin, N. A., & Supian, K. (2020). The impact of innovation on the performance of SMEs in Oman. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(9), 961-975.
- Fair Isaac Corporation (FICO). (2023). *Understanding FICO Scores*. Retrieved from <https://www.myfico.com>.
- Hasanudin, H. (2022). Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Sektor Umkm Di Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 74-88
- Gitman, Lawrence J., & Joehnk, M. D. (2018). *Personal Financial Planning*.
- Greiner, L. E. (1972). *Evolution and Revolution as Organizations Grow*. Harvard Business Review.

- Halim, F. A., Malim, M. R., Derasit, Z., Rani, R. M., & Rashid, S. S. (2017, September). The impact of macroeconomic variables on SMEs in Malaysia. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 890, No. 1, p. 012138). IOP Publishing.
- Huston, S. J. (2010). *Measuring Financial Literacy. Ournal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Johanson, J., & Mattsson, L. G. (2013). Internationalisation in industrial systems—a network approach. In *Strategies in Global Competition (RLE International Business)* (pp. 287-314). Routledge.
- Kramer, M. R., & Porter, M. (2011). *Creating shared value* (Vol. 17). Boston, MA, USA: FSG.
- Lusardi et al. (2011). *Financial Literacy and Retirement Planning: Evidence from the Rand American Life Panel. Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 509–525.
- Nugraeni, Paramitalaksmi, R., Wafa, Z., & Saputri, K. (2023). Persyaratan kredit mempengaruhi akses kredit formal UMKM. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5, 150–155. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art17>
- Nthenge, D., & Ringera, J. (2017). Effect of Financial Management Practices on Financial Performance of Small and Medium Enterprises in Kiambu Town, Kenya. *American based research journal*, 6.\
- OECD. (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*.
- Ogidi, E., & Peterson, C. (2021). Entrepreneurial characteristics and financial performance of small and medium enterprises

(SMEs) in Plateau State. *Forshen Hub International Journal of Economics and Business Management*, 3(2).

- Prasanna, R. P. I. R., Jayasundara, J. M. S. B., Naradda Gamage, S. K., Ekanayake, E. M. S., Rajapakshe, P. S. K., & Abeyrathne, G. A. K. N. J. (2019). Sustainability of SMEs in the competition: A systemic review on technological challenges and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 100.
- Porter, M. (2000). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 11.
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–12.
<https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations, 5th edn London. UK: Free Press
- Santoso, B. (2020). *Laporan Kajian Kesenjangan Sisi Permintaan (demand) dan penawaran (supply) terhadap pembiayaan usaha mikro dan kecil (UMK)*. [https://sikompak.bappenas.go.id/pustaka/download/600/id/2022_Laporan Kajian Kesenjangan Sisi Permintaan dan Penawaran terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Kecil.pdf](https://sikompak.bappenas.go.id/pustaka/download/600/id/2022_Laporan_Kajian_Kesenjangan_Sisi_Permintaan_dan_Penawaran_terhadap_Pembiayaan_Usaha_Mikro_dan_Kecil.pdf)
- Selase, A. M., Selase, A. E., Ayishetu, A. R., Comfort, A. D., Stanley, A., & Ebenezer, G. A. (2019). Impact of technology adoption and its utilization on SMEs in Ghana. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 2(2), 1-13.

- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American economic review*, 71(3), 393-410.
- Sulaeman. (2023). *Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM di Masa Pandemi dan Pasca Covid-19 (studi kasus di objek wisata loang baloq kota mataram)*. 5(4), 1-14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. LP3ES.
- Thomas, L. C., Crook, J. N., & Edelman, D. B. (2017). *Credit Scoring and Its Applications* (2nd ed.). Society for Industrial and Applied Mathematics.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2005). Dynamic capabilities and strategic management. *Knowledge management: critical perspectives on business and management*, 2(7), 234.
- Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. Public affairs.
- Wijaya, R., Yadewani, D., & Karim, K. (2022). The effect of human resource skills and capabilities on SMEs performance. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 2(1), 59-68.
- Zhu, Y., Warner, M., & Sardana, D. (2020). Internationalization and destination selection of emerging market SMEs: Issues and challenges in a conceptual framework. *Journal of General Management*, 45(4), 206-216.

PROFIL PENULIS

Elmira Siska, S.P., M.B.A., Ph.D.



Penulis lahir di Bukittinggi. Penulis merupakan Dosen Tetap Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta. Sebelumnya, penulis adalah dosen di Perbanas Institute, Jakarta. Tahun 1998 – 2001, menempuh pendidikan pada Program Diploma III, Program Studi Teknisi Peternakan, Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor (Lulusan Terbaik, IPK 3,86). Tahun 2001-2004, melanjutkan pendidikan ke jenjang S1 di Fakultas Pertanian, Program Studi Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor (Lulusan Terbaik, IPK 3,89). Pada tahun 2008, melanjutkan pendidikan S2 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Program Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Jurusan Manajemen Keuangan dan lulus pada tahun 2010 (Lulusan Terbaik, IPK 3,75). Tahun 2024, penulis lulus Program Doktorat bidang Ilmu Manajemen di Lincoln University College, Malaysia.

Pada tahun 2004 – 2012, penulis bekerja sebagai Manager HRGA di Al Jabr Islamic School. Tahun 2013-2014 bekerja sebagai Equity Analyst, Head of Compliance & Risk Management di PT GAP Capital. Tahun 2014 – 2019 bekerja sebagai GA Manager di PT Ungaran sari Garments. Penulis juga berperan aktif sebagai Reviewer pada beberapa jurnal ilmiah dan Editor buku referensi.

“Salah satu amal jariah yang tidak terputus pahalanya adalah ilmu yang bermanfaat”, semoga buku monograf ini memberikan manfaat bagi pembaca”. Penulis dapat dihubungi melalui email elmira.asril@gmail.com

Purwatiningsih, S.E., M.M (Nining)



Penulis lahir di Jakarta, Pendidikan dasar diperoleh dari SDN Kebagusan 04 Pagi, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 254 Jakarta, Sekolah Menengah Atas di MAN 7 Jakarta, pendidikan tinggi di Program Sarjana (S1) yang ditempuhnya di Universitas Pembangunan Nasional “UPN”

Jakarta pada Program Studi Manajemen, dengan IPK 3.61. Melanjutkan Studi Magister (S2) di Universitas Muhamadiyah Prof. DR. Hamka (UHAMKA) Jakarta pada Program Studi Manajemen dengan IPK 3.93. Saat ini penulis aktif sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika dan menjadi Tutor di Universitas Terbuka Program Studi Manajemen. Penulis dapat dihubungi melalui email ningsih.purwati@yahoo.com atau purwatiningsih.pwt@bsi.ac.id atau bias juga menghubungi ke nomor 081281181709.

Hasanudin, S.E., M.Ak.



Penulis memiliki Pendidikan formal S1 Akuntansi di Uninersitas Nusa Bnagsa Bogor Tahun 2004 dan S melanjutkan S2 Akuntansi di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penulis memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang Akuntansi dan Perpajakan. Kegemaran mengajar, pernah mengajar di beberapa tempat, yaitu Universitas Bina Sarana Informatia (Homebase) sampai sekarang, Universitas Nusa Bangsa Bogor, Universitas Terbuka dan Politeknik Negeri Jakarta. Penulis juga memiliki konsentrasi membantu para UMKM yaitu memberikan bekal pelatihan-pelatihan bagi para UMKM di Bogor khususnya di daerah Bojong Gede, Tajur Halang, Citayam, dan Kota Bogor. Penulis berharap agar para UMKM bisa menjadi pelaku usaha yang handal, memiliki skill yang baik untuk peningkatan performa usahanya, sehingga dapat membantu menstabilkan perekonomian Indonesia.

Mendongkrak Kinerja UMKM : Peran Financial Literacy, Credit Scoring, dan Kebijakan Pemerintah



Penulis lahir di Bukittinggi. Penulis merupakan Dosen Tetap Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta. Sebelumnya, penulis adalah dosen di Perbanas Institute, Jakarta. Tahun 1998 – 2001, menempuh pendidikan pada Program Diploma III, Program Studi Teknisi Peternakan, Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor (Lulusan Terbaik, IPK 3,86). Tahun 2001-2004, melanjutkan pendidikan ke jenjang S1 di Fakultas Pertanian, Program Studi Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor (Lulusan Terbaik, IPK 3,89). Pada tahun 2008, melanjutkan pendidikan S2 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Program Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada,

Jurusan Majemen Keuangan dan lulus pada tahun 2010 (Lulusan Terbaik, IPK 3,75). Tahun 2024, penulis lulus Program Doktorat bidang Ilmu Manajemen di Lincoln University College, Malaysia.

Pada tahun 2004 – 2012, penulis bekerja sebagai Manager HRGA di Al Jabr Islamic School. Tahun 2013-2014 bekerja sebagai Equity Analyst, Head of Compliance & Risk Management di PT GAP Capital. Tahun 2014 – 2019 bekerja sebagai GA Manager di PT Ungaran sari Garments. Penulis juga berperan aktif sebagai Reviewer pada beberapa jurnal ilmiah dan Editor buku referensi.

“Salah satu amal jariah yang tidak terputus pahalanya adalah ilmu yang bermafaat”, semoga buku ini memberikan manfaat bagi pembaca”. Penulis dapat dihubungi melalui email elmira.asril@gmail.com

Penulis lahir di Jakarta, Pendidikan dasar diperoleh dari SDN Kebagusan 04 Pagi, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 254 Jakarta, Sekolah Menengah Atas di MAN 7 Jakarta, pendidikan tinggi di Program Sarjana (S1) yang ditempuhnya di Universitas Pembangunan Nasional “UPN” Jakarta pada Program Studi Manajemen, dengan IPK 3.61. Melanjutkan Studi Magister (S2) di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka (UHAMKA) Jakarta pada Program Studi Manajemen dengan IPK 3.93. Saat ini penulis aktif sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Program Studi Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika dan menjadi Tutor di Universitas Terbuka Program Studi Manajemen. Penulis dapat dihubungi melalui email ningsih.purwati@yahoo.com atau purwatiningasih.pwt@bsi.ac.id atau bias juga menghubungi ke nomor 081281181709.



Penulis memiliki Pendidikan formal S1 Akuntansi di Uninersitas Nusa Bnagsa Bogor Tahun 2004 dan S melanjutkan S2 Akuntansi di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penulis memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang Akuntansi dan Perpajakan. Kegemaran mengajar, pernah mengajar di beberapa tempat, yaitu Universitas Bina Sarana Informatia (Homebase) sampai sekarang, Universitas Nusa Bangsa Bogor, Universitas Terbuka dan Politeknik Negeri Jakarta. Penulis juga memiliki konsentrasi membantu para UMKM yaitu memberikan bekal

pelatihan-pelatihan bagi para UMKM di Bogor khususnya di daerah Bojong Gede, Tajur Halang, Citaya, dan Kota Bogor. Penulis berharap agar para UMKM bisa menjadi pelaku usaha yang handal, memiliki skill yang baik untuk peningkatan performa usahanya, sehingga dapat membantu menstabilkan perekonomian Indonesia.

Editor:

Sofyan Marwansyah, S.E., M.M.



PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA
Jl. Cililung 1 No 1 Lippo Cikarang
Kabupaten Bekasi - Jawa Barat
Email : publisher@alungcipta.com
Website : publisher.alungcipta.com



Google
Scholar



Google Play
Books



9 786228 689330