

PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MUDA DI KOTA TERNATE

Di Kirimkan, Januari 2021

Diterim, Februari 2021

¹Adnan Rajak

²Fadli Ali Taslim

³Irfandi Buamonabot

^{1,2,3} Universitas Khairun

Jl. Jusuf Abdulrahman, Ternate Selatan 97719

¹adnanrajak@unkhair.ac.id, ²fadil.taslim@unkhair.ac.id,

³irfandi@unkhair.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah mengembangkan desain produk usaha mikro (minum herbal, dan keripik), merek, memberikan cara pengelolaan keuangan, promosi dan sumberdaya manusia untuk usaha mikro. Adapun metode yang digunakan adalah pendampingan dan workshop. Hasil akhir dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha memahami pentingnya pengelolaan keuangan, promosi dan sumberdaya manusia untuk usaha mikro.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, Kota Ternate



1. PENDAHULUAN

Dampak globalisasi telah mengubah iklim industri dalam negeri khususnya para pelaku usaha. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan sudah semestinya menciptakan kondisi yang kondusif bagi dunia usaha, baik berskala besar maupun kecil. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pelaku usaha ternyata memiliki andil dalam pembangunan ekonomi. UMKM pada saat krisis ekonomi mampu melakukan penyesuaian dan bertahan (*survive*) ketika banyak perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan dan melakukan PHK.

Selain itu usaha kecil menengah adalah suatu kesempatan usaha bisnis yang produktif, yang dimiliki oleh individu atau kelompok dan memenuhi segala macam kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang. Usaha kecil menengah di Indonesia menjadi faktor utama yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha terbesar di Indonesia. Menurut UU Nomor 20 tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, (2008) bahwa 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.

UMKM memiliki tiga peran penting dalam perekonomian Indonesia. Pertama, jumlah UMKM banyak dan mencakup setiap sektor ekonomi. Kedua, UMKM menyerap tenaga kerja dengan jumlah banyak. Ketiga, UMKM memberikan kontribusi



yang besar dalam pendapatan Nasional. UMKM mempunyai peranan yang sangat penting dalam perkembangan dan pertahanan ekonomi bangsa Indonesia. Hal ini terbukti ketika krisis melanda bangsa Indonesia sejak tahun 1997 UMKM yang pada masa itu masih disebut sebagai Usaha Kecil dan Menengah menjadi katup penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa karena mampu memberikan sumbangan yang sangat signifikan pada PDB maupun penyerapan tenaga kerja (Karsidi, 2007).

Mengingat UMKM umumnya berbasis pada sumberdaya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor karena keunikannya, maka pembangunan UMKM diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional (Widyaresti & Setiawan, 2012). Saat krisis ekonomi, usaha kecil menengah terbukti mampu menampung 99,45 persen dari total tenaga kerja atau 73,24 juta tenaga kerja (UMKM & Indonesia, 2016). Kontribusi yang diberikan oleh pelaku usaha kecil menengah (UKM) pada kondisi krisis ekonomi dapat dinilai sebagai penopang dalam proses pemulihan perekonomian nasional, dipandang dari laju pertumbuhan ekonomi nasional maupun dalam peningkatan kesempatan kerja. Selain itu, UMKM juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemerintahan di Daerah khususnya berkaitannya ketersediaan lapangan kerja di sektor informal. Selain itu hasil penelitian Jatmika, (2016) menunjukkan bahwa pada bagian modal, pengusaha UKM harus mendapatkan pengetahuan bahwa lembaga pemerintah (Bank dan non-Bank) bersedia untuk membantu bisnis mereka yang berasal dari pendanaan, dan sistem modal. Karena dana kekurangan dan sistem modal, bisnis UKM bisa jadi lebih baik (Nurlaila et al., 2020; Fahri & Buamonabot, 2020). Jadi pemerintah juga



harus memberdayakan atau memberikan penyuluhan kepada pengusaha UKM sewaktu-waktu secara berkala terkait dengan peran perguruan tinggi dan pemerintah dalam pengembangan atau pemberdayaan UKM.

Berkaitan dengan uraian di atas, UMKM di Kota Ternate perlu untuk diberdayakan khususnya UMKM atau wirausaha baru (muda) sehingga secara kontinyu mampu bertahan yang pada akhir akan memberikan kontribusi kepada Pemerintah Daerah Kota Ternate. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hadi Hairudin selaku Kepala Dinas UMKM dan Koperasi Kota Ternate menyatakan bahwa peran pelaku UKM untuk menurunkan angka pengangguran, cukup strategis. Pemerintah Kota Ternate melalui Dinas Koperasi dan UKM mendorong pelaku usaha agar mampu bertahan serta bersaing dengan para pelaku usaha dari daerah. Tercatat, hingga memasuki akhir Desember 2019, terdapat 13.020-unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terdaftar di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Ternate. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Ternate, dari 13.020-unit UKM (tahun 2019 lebih banyak dibanding tahun 2018) tersebut menyerap sebanyak 20.978 tenaga kerja. Menurutnya Kepala Dinas Koperasi dan UMKM dari 13 ribu lebih pelaku UKM dengan rincian yakni usaha mikro 8.679 unit, usaha kecil 3.534 unit, dan menengah 807-unit dengan berbagai sektor. Selain itu, seluruh UKM ini belum semua kita bina dan difasilitasi karena keterbatasan anggaran karena itu yang kami harapkan pelaku UKM ini semakin maju dan semakin berinovasi agar tingkat pengangguran berkurang (TimesIndonesia, 2019).

Uraian di atas, menunjukkan bahwa UMKM perlu dikembangkan melalui pendampingan khususnya UMKM



orang perorangan yang ada di Kota Ternate. Namun demikian Pendampingan dalam pengabdian masyarakat ini dibatasi pada beberapa Usaha Mikro yang baru memulai usaha dan/atau usaha mikro yang beroperasi kurang dari 1 tahun, karena keterbatasan waktu dan biaya pendampingan Tim PkM Fakultas. Karena itu, ada beberapa Produk Usaha Mikro dan/atau Mitra yang dijadikan objek riset/pendampingan adalah: (1) Penjualan minuman herbal berbagai varian (*hot and cool drink*) 2 orang; (2) kripik berbagai varian; dan (3) Handicraft/kerajinan tangan. Berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha mikro tersebut menunjukkan ada beberapa masalah yang dihadapi usaha mikro perorangan saat ini adalah: (1) keterbatasan modal usaha; (2) tidak memiliki ijin usaha; (3) belum adanya buku kas atau laporan keuangan usaha; (4) belum adanya merek yang konsisten; dan (6) kurangnya motivasi berprestasi sebagai pengusaha.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka melalui kegiatan pendampingan, diharapkan permasalahan UMKM atau usaha mikro perorangan sebagai mitra dari aspek permodalan, akses pasar dan teknologi, serta masih lemahnya manajemen usaha dapat ditangani oleh Tim Pendamping UMKM. Pendampingan UMKM dapat diartikan secara luas yaitu sebagai sebuah upaya membantu, mengarahkan dan mendukung terhadap individu/kelompok UMKM, melalui perumusan masalah, merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi dalam pengembangan usahanya.

Selain itu, dengan adanya pendampingan diharapkan juga usaha perorangan tersebut secara kontinyu melanjutkan usahanya dan bahkan meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan kualitas produksi, khususnya memberikan suplemen motivasi berprestasi wirausaha muda sehingga



mereka juga mampu mendorong masyarakat lain yang memiliki potensi sebagai wirausaha. Hal ini akan membantu mengurangi angka pengangguran di Kota Ternate.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan deskripsi tersebut di atas, maka dapat permasalahan yang menjadi prioritas kebutuhan mitra adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengembangkan desain produk usaha mikro (minum herbal, dan keripik)?
2. Bagaimana mendesain merek produk?
3. Bagaimana cara membekali manajemen keuangan?
4. Bagaimana manajemen promosi?
5. Bagaimana manajemen sumberdaya manusia usaha mikro?



PRIORITAS MASALAH, REKOMENDASI DAN SOLUSI

Tabel 1. Solusi yang ditawarkan pada Mitra I (Minuman dan Makanan Herbal Varia

No.	Prioritas Masalah	Sebelum Menjadi Mitra	Rekomendasi	Solusi yang di Tawarkan
1	Produk	Desain produk biasa	Desain produk inovatif	Dibuat desain-desain baru yang lebih menarik, yang disukai oleh konsumen
		Kuantitas Terbatas (40 gelas/bulan)	Kuantitas lebih banyak (60gls/bulan)	Perbaiki layout produksi agar lebih efektif
		Kualitas masih kurang standar	Memiliki standarisasi yang lebih baik	Membuat standard penjaminan mutu serta <i>QC (Quality Control)</i> yang baik agar produk lebih terjamin kualitasnya.
2	Merek	Belum ada merek	Desain merek unik	Mendesain beberapa merek dan didiskusikan dengan mitra untuk dipilih dan/atau direvisi
3	Manajemen Keuangan	Laporan keuangan belum ada	Laporan keuangan ada	Membuat pelatihan/sosialisasi manajemen laporan keuangan usaha secara sederhana
4	Promosi	Promosi belum Terstruktur	Promosi lebih kreatif	Pelatihan Branding dan Promosi
5	SDM	Struktur organisasi belum ada	Memiliki Struktur Organisasi	Membuat Pelatihan tentang <i>Organizational Design</i> dan <i>Achievement Motivation</i>
		Visi dan misi belum ada	Memiliki Visi dan Misi	sda
		Motivasi Kerja	Lebih termotivasi dalam bekerja dan memiliki	sda



Tabel 2. Solusi yang ditawarkan pada Mitra II Handicraft Transfer Foto-Kayu

No.	Prioritas Masalah	Sebelum Menjadi Mitra	Rekomendasi	Solusi yang di Tawarkan
1	Produk	Desain produk biasa	Desain produk inovatif	Dibuat desain-desain baru yang lebih menarik, dengan melihat issue trend yang berkembang di masyarakat
		Kuantitas Terbatas (40/bulan)	Kuantitas lebih banyak (60/bulan)	Perbaiki layout produksi agar lebih efektif
2	Merek	Kualitas masih kurang standar	Memiliki standarisasi	Membuat standard penjaminan mutu serta QC (<i>Quality Control</i>) yang baik agar produk lebih terjamin kualitasnya.
		Belum ada merek	Desain merek unik	Mendesain beberapa merek dan didiskusikan dengan mitra untuk dipilih dan/atau direvisi
3	Manajemen Keuangan	Laporan keuangan belum ada	Laporan keuangan ada dalam bentuk	Membuat pelatihan/sosialisasi manajemen laporan keuangan usaha secara sederhana
4	Promosi	Promosi belum Terstruktur	Promosi lebih kreatif	Pelatihan Branding dan Promosi
5	SDM	Struktur organisasi belum ada	Memiliki Struktur Organisasi	Membuat Pelatihan tentang <i>Organization Design</i> dan <i>Achievement Motivation</i>
		Visi dan misi belum ada	Memiliki Visi dan Misi	sda
		Motivasi Kerja	Lebih termotivasi dalam bekerja dan memiliki komitmen usaha	sda



2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi di lapangan pada kedua mitra tersebut didapatkan permasalahan yang kurang lebih sama, yakni: (1) keterbatasan modal usaha; (2) tidak memiliki ijin usaha; (3) belum adanya buku kas atau laporan keuangan usaha; (4) belum adanya merek yang konsisten; dan (6) kurangnya motivasi berprestasi sebagai pengusaha. Dari kebutuhan yang berhasil diidentifikasi selanjutnya dicoba diterapkan beberapa program, antara lain:

1. *Workshop* manajemen laporan keuangan;
2. *Workshop* branding dan promosi;
3. *Workshop organization design* dan *achievement motivation*

Sedangkan metode pelaksanaan yang diterapkan untuk pemecahan permasalahan adalah:

1. Memberikan pembekalan, pengenalan dan pemahaman akan pentingnya laporan keuangan usaha walaupun skala kecil secara sederhana.
2. Melaksanakan workshop terkait dengan pentingnya manajemen pemasaran secara umum dan khususnya branding dan promosi suatu produk.
1. Melaksanakan workshop Human Resource Management (HRM) khususnya terkait dengan bagaimana membuat struktur organisasi sederhana dan bagaimana memahami mendeteksi ekstrinsik dan intrinsik motivasi berwirausaha atau entrepreneur. Selain itu, disampaikan dan/atau didampingi bagaimana mendaftar secara elektronik atau online single submission yang selanjutnya disingkat OSS adalah perizinan berusaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi sebagaimana di atur dalam Peraturan Pemerintah nomor 5 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, tahun 2021.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rancangan evaluasi kegiatan, tahapan kegiatan pengabdian pada Masyarakat tentang Pemberdayaan Pelaku UMKM Muda Di kota ternate beserta pencapaian indikator keberhasilan diuraikan sebagai berikut:

a. Koordinasi

Pada tanggal 13 dan 14 Juli 2020, tim pengabdi melaksanakan koordinasi dengan mitra (minum herbal, kripik, dan *handicraft*) di Kota Ternate. Tim pengabdi melaksanakan sinkronisasi jadwal dan melakukan interview terkait dengan permasalahan yang dihadapi selama berwirausaha. Dari hasil koordinasi tersebut tim pengabdi mempersiapkan modul Bagaimana mendesain produk, merek produk, manajemen pemasaran (promosi produk), laporan keuangan UMKM, dan Bagaimana Manajemen SDM UMKM.

Tim pengabdi melaksanakan pengabdian masyarakat selama 5 kali pertemuan diantaranya pelatihan: (1) *Workshop* manajemen keuangan wirausaha; (2) *Workshop branding* dan promosi; dan (3) *Workshop organization design* dan *achievement motivation*. Misalnya dalam manajemen pemasaran, peserta dilatih bagaimana mendesain merek yang unit dan bagaimana mendesain struktur organisasi UMKM yang sederhana.

Tim pengabdi melakukan penyusunan modul terkait materi yang diberikan kepada mitra pengabdian sebagai acuan dan sekaligus dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan pendampingan bagi mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM).

b. Workshop

Workshop yang dilakukan sebagaimana masalah pokok yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

Workshop penyusunan laporan keuangan UMKM dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2020. Pelatihan ini dihadiri oleh 10 orang peserta. Tim pengabdi beserta tenaga tim ahli mengajarkan cara menyusun laporan keuangan secara sederhana.



1. Workshop *branding* dan promosi dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2020. Tim pengabdian dan 1 orang ahli marketing memberikan ceramah dan cara sekaligus mendesain merek produk khususnya usaha mikro yang belum memiliki merek dan/atau re-branded serta menjelaskan strategi promosi yang relevan di era revolusi industri.
2. *Workshop* manajemen keuangan Wirausaha dan *Workshop Organization Design* dan *Achievement Motivation*, dilaksanakan pada tanggal 08 Oktober 2020. Pelatihan ini dihadiri oleh 15 orang peserta. Tim pengabdian bekerjasama dengan tim ahli memberikan ceramah dan sekaligus mendesain atau melakukan simulasi pada usaha mikro yang belum memiliki struktur organisasi. Selain itu, tim PKM FEB Universitas Khairun juga memberikan penjelasan dan contoh-contoh kasus terkait dengan fungsi motivasi berprestasi wirausaha dan dampaknya terhadap fisik dan psikologis usaha mikro dalam jangka panjang.

c. Peran Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PkM sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan program. Beberapa cara untuk mendorong mitra (usaha mikro) agar memberikan partisipasi aktif dalam program pelaksanaan PKM yaitu:

1. Peran tenaga ahli sebagai motivator khalayak sasaran program PkM sangat penting. Partisipasi khalayak sasaran yang tinggi ini tetap berlangsung meskipun tanpa kehadiran tenaga ahli. Hal ini menunjukkan bahwa peran tenaga ahli selain sebagai motivator juga memunculkan citra bahwa kegiatan ini penting sehingga apresiasi khalayak sasaran terhadap program tetap tinggi walaupun tanpa kehadiran tenaga ahli.
2. *Workshop* manajemen merek dan promosi produk dengan melibatkan mitra pengabdian secara langsung, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam memahami dan terlibat



langsung dalam simulasi menetapkan merek atau label produk yang sesuai.

3. Penyiapan dokumen Pengurusan ijin usaha mikro atau dagang industri minuman atau handicraft Dinas Kesehatan Kota Ternate.
4. Kunjungan lapangan ke lokasi pembuatan minuman herbal dan keripik varian, menghasilkan pengaruh sangat besar bagi keyakinan khalayak sasaran atas program yang dilaksanakan. Dalam kegiatan ini kedua mitra berdiskusi atau berbagi informasi (*information shared*) untuk pengembangan usaha.

Berikut adalah beberapa pelaku usaha yang telah mengikuti *Workshop* dan pendampingan oleh tim PkM FEB Universitas Khairun. Berdasarkan Gambar 4.1. produk keripik berbagai varian tampak telah memiliki Mereknya (*Barnded*). Namun merek tersebut menurut ahli marketing dan analisa tim PkM perlu di re-branded karena belum memiliki keunikan dan belum memiliki filosofi tertentu. Namun rebranded akan dilakukan pada pendampingan PKM di tahun ke-2. Hal disebabkan karena situasi pada tahun 2020 Dunia dilanda wabah covid-19 dan tim PkM memiliki keterbatasan waktu dan biaya. Namun demikian dibawah akan disajikan simulasi branded keripik bervariasi yang dimiliki oleh Sdr. Rian.

Gambar 4.1. Produk Keripik berbagai Varian yang ada Mereknya (Barnded)



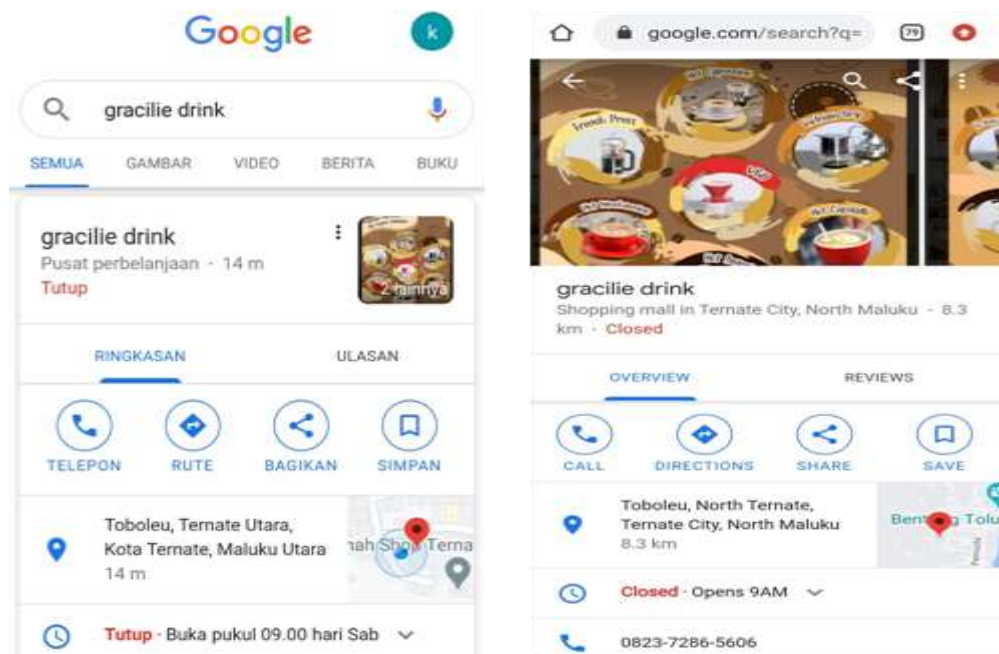
Sebelum dilakukan pendampingan dan workshop; usaha minuman ini belum memiliki merek (**brand**). Minuman Gelas

plastik masih menggunakan gelas polos atau masih menggunakan gelas bergambar buah-buahan.

Pada saat pemilik minuman mengikuti workshop dan mendiskusikan masalah branded dengan tim ahli, Tim PkM menyarankan bentuk logo atau merek produk sebagaimana gambar 4.2 tersebut. Nama *gracilie* merupakan kepanjangan dari *Guraici Lelei*, Gura ici adalah salah satu pulau kecil yang merupakan bagian dari daerah Pulau Lelei Kec. Kayo Kabupaten Halmahera Selatan Maluku Utara.

Namun demikian, setelah Tim ahli marketing melakukan searching google: “apakah ada nama produk minuman yang sama?”, dan hasilnya menunjukkan bahwa nama gracile masih sama dengan produk minuman lainnya. Karena itu, nama Gracile diubah atau rebranded dengan Gracilie yang maknanya sama dengan penjelasan sebelumnya. Selanjutnya produk gracilie juga telah melakukan penjualan via online yang dapat diakses menggunakan smarphone sebagaimana Gambar 4.3 di bawah ini.

Gambar 4.4. Desain Penjualan Online Minuman Berbagai Varian Gracilie



4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis PKM, maka hasil akhir dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha memahami pentingnya pengelolaan keuangan, promosi dan sumberdaya manusia untuk usaha mikro. Selain itu, ada beberapa kendala yang dihadapi pada saat pelaksanaan yakni (1). Menentukan waktu interview dengan pemilik usaha mikro. Hal ini karena kondisi covid-19 dan kedua pemilik usaha mikro (mitra) memiliki kerja lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari; (2). Mendesain struktur organisasi dan manajemen kompensasi baik kompensasi finansial maupun kompensasi non finansial. Adapun saran untuk kegiatan pada bidang yang sama yakni membuat pemberdayaan UMKM ditahun sebelumnya (2020), berkaitan dengan mendesain merek keripik yang belum dilakukan ditahun 2020; mendesain website resmi, membuat but kaca didepan jalan raya untuk keterjangkauan konsumen dan sebagai promosi offline; membuat ikatan asosiasi UMKM Kota Ternate dan membuat group UMKM baik *Whatsapp* maupun Facebook guna memudahkan proses komunikasi.



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada:

1. Universitas Khairun atas sponsor dananya dalam kegiatan ini.
2. Pelaku UMKM Kota Ternate yang tergabung dalam kegiatan PKM ini atas kesediaan waktunya untuk mengikuti kegiatan ini.
3. Semua pihak yang telah berkenan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Fahri, J., & Buamonabot, I. (2020). Pengembangan Jaringan Bisnis Badan Usaha Milik Desa di Desa Gita, Kecamatan Oba, Kota Tidore Kepulauan. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 53–57. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v2i2.1032>
- Jatmika, R. T. D. J. (2016). Masalah yang dihadapi Usaha Kecil Menengah Di Indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*.
- Karsidi, R. (2007). Pemberdayaan masyarakat untuk usaha kecil dan mikro (Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa tengah). *Jurnal Penyuluhan*, 32(2), 136–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v3i2.2161>
- Nurlaila, Yetty, & Buamonabot, I. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Di Kalangan Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Baistiong Karance, Kota Ternate Selatan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 282–289. <http://repository.ut.ac.id/9105/1/282-289> Nurlaila.pdf.
- Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, Pub. L. No. 5 (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161835/pp-no-5-tahun-2021>
- TimesIndonesia. (2019). *Kadis Hadi Hairudin Dorong Koperasi dan UKM Kota Ternate Berdaya Saing*. Times Indonesia. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/244205/kadis-hadi-hairudin-dorong-koperasi-dan-ukm-kota-ternate-berdaya-saing>
- UMKM, D. P., & Indonesia, B. (2016). *Pemetaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 dan Pasca MEA 2025*. [https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN \(2015\) dan Pasca MEA 2025.pdf](https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Pemetaan%20dan%20Strategi%20Peningkatan%20Daya%20Saing%20UMKM%20dalam%20Menghadapi%20Masyarakat%20Ekonomi%20ASEAN%20(2015)%20dan%20Pasca%20MEA%202025.pdf)
- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. No. 20 (2008). <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Widyaresti, E. P., & Setiawan, A. H. (2012). *Analisis Peran BRI Unit Ketandan Dalam Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Kepada*



Usaha Mikro dan Kecil di Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten
(*Doctoral dissertation*,). [Diponegoro University].
<http://eprints.undip.ac.id/37382/>

