

TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN TASIKMALAYA

Oleh :

Winda Ayu Anggraini^{1*}

Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

Email : windaayu@unsil.ac.id

Euis Rosidah²

Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

Email :

euisrosidah@unsil.ac.id

Info Artikel :

Diterima : 25 Mei 2023

Direview : 12 Juni 2023

Disetujui : 22 Juni 2023

*Co-Author : windaayu@unsil.ac.id

Abstract

This study analyzes the business challenges of small, micro, and medium enterprises in Tasikmalaya. This study uses a case study method using triangulation at Sale Pusaka which produces banana sale products. Sale Pusaka is located in Cibanteng Village, Tasikmalaya and has been producing banana sale since 1979. The results of the study explain that Sale Pusaka faces business challenges in the form of a limited financing structure, management of marketing strategies that are not optimal, preparation of financial reports that are not adequate and the availability of quality human resources which is lacking. The solution that researchers can submit in facing these challenges is to open up additional opportunities by applying for credit, updating the quality of resources and adding workers for the business's continuity. In addition, researchers suggest that Sale Pusaka remain focused and diligent in managing their business consistently and sustainably by producing daily, routine promotions and evaluations.

Keywords : SMES, Sale Pusaka, business challenges

Abstrak

Studi ini menganalisis tantangan usaha usaha kecil, mikro, dan menengah di Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan menggunakan triangulasi di Sale Pusaka yang memproduksi produk sale pisang. Sale Pusaka berlokasi di Desa Cibanteng Tasikmalaya dan telah memproduksi sale pisang sejak tahun 1979. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Sale Pusaka menghadapi tantangan bisnis berupa struktur pembiayaan yang terbatas, pengelolaan strategi pemasaran yang belum optimal, persiapan laporan keuangan yang belum memadai dan ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas masih kurang. Solusi yang dapat peneliti sampaikan dalam menghadapi tantangan tersebut adalah membuka peluang tambahan dengan mengajukan kredit, memperbaharui kualitas sumber daya dan menambah tenaga kerja untuk kelangsungan usaha. Selain itu peneliti menyarankan agar Sale Pusaka tetap fokus dan tekun dalam mengelola usahanya secara konsisten dan berkesinambungan dengan melakukan promosi harian, rutin dan evaluasi rutin.

Kata Kunci: SMES, Sale Pusaka, business challenges

PENDAHULUAN

Data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM mencapai 64,19 juta pada tahun 2019 dan meningkat hingga 65,46 juta pada akhir tahun 2021 dengan kontribusi terhadap PDB sejumlah 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja dan dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Sejak masa pandemi, pemerintah terus mengupayakan pemberdayaan UMKM melalui berbagai program dalam pemulihan ekonomi di antaranya: alokasi dana kredit untuk UMKM, penetapan subsidi bunga bagi pemberian kredit UMKM dan insentif perpajakan untuk mengurangi beban karyawan UMKM dengan insentif pajak penghasilan (PPH 21) ditanggung oleh pemerintah (kemenkeu).

(Nurmala et al., 2019) menjelaskan bahwa beberapa faktor dalam keberhasilan perkembangan UMKM adalah skala sumber daya manusia dilihat dari banyaknya jumlah karyawan yang dimiliki, pilihan sumber pendanaan apakah menggunakan dana pribadi maupun pinjaman serta lokasi perusahaan yang strategis. (Amanda et al., 2022) menjelaskan bahwa tantangan UMKM dalam meningkatkan kemampuan berusaha sangat kompleks meliputi: terbatas dalam sumber permodalan, keterampilan sumber daya manusia yang kurang dan minimnya pendidikan dan teknologi. Tantangan dalam pengembangan UMKM di antaranya: kurangnya permodalan baik dari segi jumlah maupun sumber, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan berorganisasi serta terbatasnya pemasaran (Yuli, 2008).

Berkaitan dengan struktur pendanaan UMKM, maka penting bagi UMKM untuk menyusun sistematis laporan keuangan yang dapat menunjang dalam ketersediaannya informasi keuangan lembaga. Misalnya kebutuhan UMKM untuk berhubungan dengan pihak bank terkait pengambilan kredit (Rawun & Tumilaar, 2019). Jika diibaratkan sebuah rumah, maka modal dalam kerangka struktur pendanaan adalah suatu pondasi awal dalam terbentuknya iklim bisnis yang stabil (Nabawi & Basuki, 2022). Di samping itu, peran sumber daya manusia merupakan hal yang tak kalah penting dalam keberlangsungan organisasi yakni sebagai perencana, pelaku dan penentu segala aktifitas (Nabawi & Basuki, 2022). Kualitas sumber daya yang baik dalam organisasi dapat menjadi faktor yang berpengaruh dalam pengembangan kegiatan usaha (Nabawi & Basuki, 2022).

Selama masa pandemi hingga pasca pandemi berlangsung, tingkat daya beli dan konsumsi menurun karena adanya resesi ekonomi. Untuk mengatasi hal tersebut, para pelaku UMKM menganalisis kembali strategi pemasaran mereka untuk menyesuaikan dengan perubahan keadaan. (Febiantoro, 2018) menjelaskan bahwa e-commerce merupakan komponen yang penting untuk dilakukan dalam peningkatan pengembangan UMKM di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki presentase penggunaan internet yang besar, yakni 73% dari total populasi. Sehingga bantuan pemasaran UMKM menggunakan metode digital dapat menjadi pilihan yang tepat. Meskipun demikian, tidak semua sektor UMKM memiliki pengetahuan dalam pemasaran digital sehingga pengenalan dan proses pendampingan masih perlu dilakukan bagi para pelaku UMKM. Konsep digital tampaknya pun tidak hanya menjadi satu-satunya alat bagi pemasaran, melainkan komponen keuangan juga telah upgrade ke dalam sistem digital. (Raharjo et al., 2022) mengemukakan bahwa memberi pelatihan dan pengetahuan praktis dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan financial technology dapat menunjang peningkatan dan pertumbuhan UMKM. Pemanfaatan ini dapat mempermudah transaksi keuangan dalam jual beli, menyimpan dana hingga mengontrol dana secara berkala.

(Ratih Purbasari, Chandra Wijaya, Ning Rahayu, 2020) menjelaskan bahwa Jawa Barat dikenal memiliki banyak potensi industri kreatif dan menjadi provinsi dengan kontribusi ekspor untuk industri kreatif di Indonesia sebesar 33,56%. Daerah Priangan Timur khususnya di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya memiliki banyak sektor UMKM berupa kerajinan dan kuliner. Melalui radartasik (30-05-2022), Bank Indonesia Kota Tasikmalaya menyelenggarakan pagelaran kreasi Priangan Timur di Plaza Asia. Kegiatan tersebut diisi oleh setidaknya 51 UMKM binaan Bank Indonesia dan Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan dengan menggunakan sistem digitalisasi. Kegiatan ini dilakukan demi tumbuhnya laju dan pemulihan ekonomi melalui perbaikan kinerja UMKM. Selain menumbuhkan potensi ekonomi, kegiatan ini juga dilaksanakan dalam rangka mendukung karya kreatif Indonesia khususnya karya kreatif Jawa Barat, serta sebagai wujud dukungan terhadap Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (radartasik).

Salah satu UMKM binaan Bank Indonesia di Tasikmalaya adalah pengusaha sale pisang dengan label nama Sale Pusaka. Sale pisang sendiri merupakan sentra kuliner yang cukup khas di wilayah

Priangan Timur, khususnya Tasikmalaya dan sekitarnya. Sale pisang adalah makanan hasil olahan dari buah pisang yang diiris tipis kemudian dijemur. Sale pisang ini bisa langsung dimakan atau digoreng terlebih dahulu (Susanti et al., 2019). Sale pisang yang diproduksi oleh Sale Pusaka berbentuk sale pisang basah dengan ukuran yang cukup besar berasal dari bahan baku pisang ambon. Produksi Sale Pusaka telah dimulai dari tahun 1979 hingga saat ini, namun label Pusaka dan perizinan baru dibuat oleh owner dan pengelola pada tahun 2014.

Sale Pusaka saat ini telah tergabung dalam program binaan Bank Indonesia wilayah Tasikmalaya melalui kegiatan mentoring digital marketing serta manajemen UMKM. Program pembinaan digital marketing ini sangat membantu keberlanjutan usaha UMKM terutama dalam masa pemulihan setelah pandemi karena adanya perubahan skema perdagangan dan tingkat daya beli masyarakat. Namun secara mendalam, UMKM Sale Pusaka masih dalam tahap pengembangan karena belum memiliki struktur pendanaan yang konsisten dan pencatatan keuangan yang layak. Melalui hasil wawancara yang dihimpun oleh peneliti, para pengelola Sale Pusaka juga merupakan pihak-pihak yang masih memiliki hubungan keluarga, sehingga manajemen dan pembagian kerja dilakukan secara sukarela dan tradisional. Pihak owner merasa belum mampu melakukan perekrutan tenaga kerja baru dikarenakan masalah pendanaan untuk masa pelatihan, meskipun sumber daya manusia sangat dibutuhkan bagi keberlanjutan UMKM ini. Tantangan selanjutnya yang dihadapi oleh UMKM Sale Pusaka adalah belum menguasai secara mendetail metode dalam pencatatan keuangan sehingga tidak ada pemisahan yang pasti antara beban dan penghasilan. Bagi pengelola, asalkan laba yang dihasilkan dapat menutupi kebutuhan dan dapat digunakan kembali untuk produksi, maka proses keuntungan telah diakui. Pengelola Sale Pusaka sendiri juga belum memiliki keinginan untuk mengajukan pinjaman modal karena belum adanya pengetahuan yang cukup dan memiliki persepsi untuk menghindari resiko, sehingga penyertaan modal yang dilakukan masih menggunakan modal pribadi.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM Sale Pusaka dalam mengembangkan usaha mereka. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan eksplorasi mendalam melalui studi kasus. Melalui penelitian ini, diharapkan para pelaku UMKM khususnya pengusaha sale pisang dapat memiliki motivasi dan keberanian dalam mengembangkan usaha mereka ke arah yang lebih

baik dengan mempertimbangkan berbagai saran dan binaan dari program-program pemerintah yang telah disediakan.

KAJIAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, 2022). Adapun kriteria UMKM yang tertuang dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih maksimal sebesar Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000;
- 2) Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan Rp500.000.000 yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan di atas Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000;
- 3) Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 hingga batas maksimal sebesar Rp10.000.000.000 dengan hasil penjualan tahunan senilai Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000.

UMKM berperan penting dalam perekonomian sebuah negara, termasuk juga negara Indonesia. Indonesia sudah seyogyanya menjadikan UMKM sebagai sarana dalam aspek ekonomi untuk memiliki kinerja yang baik berupa produktivitas yang tinggi yang mampu bertahan di tengah usaha besar lainnya (Putro et al., 2022). Untuk meningkatkan UMKM yang diharapkan, maka pembinaan dan analisis tantangan dan solusi perlu dilakukan oleh segenap pihak yang terlibat agar perekonomian Indonesia melalui pemberdayaan UMKM dapat dicapai.

Pembiayaan/Modal Usaha UMKM

UMKM sebagai bagian dari aspek pembangunan ekonomi harus mampu berdaya dan menjadi andalan bisnis yang menembus pasar Internasional. Namun dalam perjalanannya, seringkali UMKM masih memerlukan pembinaan dan proses peningkatan manajemen yang memadai dalam aspek struktur pendanaannya, pemasaran hingga pelaporan atau pencatatan keuangannya. UMKM terutama yang

menengah dan kecil masih sulit mendapatkan fasilitas permodalan terutama berkaitan dengan pengambilan kredit (Darwin, 2018). Mayoritas UMKM dalam hal ini masih belum memenuhi persyaratan keuangan sebagai aturan yang berlaku untuk penarikan kredit dalam jumlah yang memadai (Darwin, 2018).

Modal bagi pelaku UMKM sangat penting untuk membantu keberlangsungan suatu usaha. Besar atau kecilnya modal merupakan kebutuhan bagi pelaku usaha dan laporan keuangan berfungsi sebagai dasar sebagai pengambilan keputusan, perencanaan dan mengevaluasi kinerja suatu entitas. Sebagian besar para pelaku UMKM belum melakukan pencatatan laporan keuangan karena keterbatasan kemampuan, kurang memahami pentingnya fungsi laporan keuangan serta keterbatasan biaya untuk menggunakan jasa akuntan (Febrian & Kristianti, 2020). Pembukuan atau pencatatan keuangan perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM sebagai data sumber daya yang nantinya dapat digunakan untuk keberlangsungan usaha (Bachtiar et al., 2022). Pengelolaan keuangan yang memadai dapat memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mengajukan kredit sebagai modal usaha, sehingga kedua aspek ini saling berhubungan satu sama lain (Nurmala et al., 2019).

Pencatatan Keuangan UMKM

Permasalahan UMKM terutama sektor home industry yang masih kecil dan sederhana tidak lepas dari pengelolaan dan manajemen keuangan serta bisnis yang belum memadai. Hasil penelitian oleh (Hartono & Hartomo, 2016) menjelaskan bahwa kondisi kinerja UMKM di Surakarta terhambat dalam masalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya promosi dan permodalan. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian (Amanda et al., 2022) yaitu terbatasnya sumber permodalan, keterampilan sumber daya manusia yang kurang, dan minimnya pendidikan dan teknologi. Padahal UMKM telah berkontribusi membuka lapangan kerja dan meningkatkan persaingan. (Sasongko et al., 2019) mengemukakan manfaat pencatatan akuntansi bagi pelaku UMKM sebagai berikut:

1. UMKM dapat mengetahui kinerja keuangan perusahaan,
2. UMKM dapat mengetahui, memilah, dan membedakan harta perusahaan dan harta pemilik,
3. UMKM dapat mengetahui posisi dana baik sumber maupun penggunaannya,
4. UMKM dapat membuat anggaran yang tepat,
5. UMKM dapat menghitung pajak, dan

6. UMKM dapat mengetahui aliran uang tunai selama periode tertentu.

Penggunaan akuntansi dapat mendukung kemajuan UMKM khususnya dalam hal keuangan. Peningkatan laba juga dapat direncanakan dengan menggunakan akuntansi. Dengan tingkat laba yang semakin meningkat, perkembangan UMKM akan menjadi lebih baik (Sasongko et al., 2019). Penyusunan laporan keuangan UMKM telah diterbitkan oleh IAI berupa Standar Akuntansi Keuangan EMKM (Entitas Mikro Kecil dan Menengah) dan mulai efektif pada 1 Januari 2018, namun pelaku UMKM sendiri belum dan tidak menyusun laporan keuangannya seperti yang ditentukan (Rawun & Tumilaar, 2019). Selain belum adanya pendampingan dalam menyusun laporan keuangan yang baik, para pelaku UMKM sendiri enggan memasukkan struktur laporan keuangan yang baik ke dalam sistem pencatatannya (Rawun & Tumilaar, 2019). Para pelaku UMKM ini beranggapan bahwa usaha mereka tetap berjalan dengan baik meskipun tidak mencatat pelaporan keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM.

Strategi Pemasaran UMKM

Faktor pendukung lain yang berpengaruh terhadap perkembangan UMKM adalah strategi pemasaran yang baik (Merdekawati & Rosyanti, 2020). Setelah masa pandemi berakhir, banyak terjadi perubahan dalam skema perdagangan di masyarakat, salah satunya adalah meningkatnya daya beli masyarakat melalui digitalisasi dalam bentuk e-commerce. Penggunaan e-commerce sendiri merupakan bentuk peningkatan daya saing UMKM melalui adopsi ICT (Information, Communication and Technology) dengan UMKM-UMKM lain termasuk UMKM non local (Febriantoro, 2018).

Melalui dukungan pengguna internet di Indonesia yang mencapai 132 juta atau sebesar 50% dari total populasi, maka seharusnya jumlah ini dapat menjadikan tolak ukur angka digitalisasi yang tinggi yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM (Febriantoro, 2018). Pemanfaatan digital pun tidak hanya terbatas pada arus jual beli saja, namun juga penyimpanan dana yang lebih praktis dengan menggunakan sistem non tunai. UMKM dapat menggunakan financial technology sebagai salah satu strategi keuangan usaha di era digitalisasi seperti penggunaan digital payment, memanfaatkan e-aggregator untuk memilih produk keuangan, dan mendapatkan modal usaha dari crowdfunding (Raharjo et al., 2022).

Sumber Daya Manusia UMKM

Akhirnya, komponen penyusunan laporan yang baik, penyertaan modal usaha yang cukup dan penetapan strategi pemasaran yang paling mutakhir membutuhkan sarana kualitas sumber daya manusia yang memadai. Manusia berperan penting dalam setiap organisasi karena manusia menjadi perencana, pelaku dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Tujuan tidak akan terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun peralatan yang dimiliki oleh organisasi terbilang mumpuni (Nabawi & Basuki, 2022). Aspek fisik dan intelektual dari sumber daya manusia dibutuhkan untuk kelangsungan hidup UMKM. Penelitian (Nabawi & Basuki, 2022) mendukung bahwa variabel kualitas sumber daya manusia secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM pakaian di Kota Banjarmasin. Kualitas sumber daya yang dimaksud (Nabawi & Basuki, 2022) merupakan kualitas yang dapat diperoleh melalui tingkat Pendidikan para peserta dan pengelola UMKM yang bersangkutan. Selain Pendidikan, peran pelatihan dan pembinaan dari dinas terkait kepada UMKM merupakan faktor penentu lain terciptanya kualitas sumber daya manusia yang baik. Sehingga peran pemerintah dan pihak-pihak terkait sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup UMKM di wilayah Indonesia (Amanda et al., 2022).

Selain itu, masalah internal UMKM yang diakibatkan dari rendahnya kualitas sumber daya manusia juga mempengaruhi fungsi permodalan UMKM tersebut (Darwin, 2018). Akses permodalan perlu didukung melalui kemampuan sumber daya manusia di UMKM bersangkutan untuk permohonan kredit. Permohonan kredit yang dimaksud membutuhkan kesesuaian metode dan fungsi pencatatan keuangan UMKM. Sehingga, kemampuan manusia secara keilmuan dengan kecukupan permodalan UMKM berbanding lurus.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan melihat substansi makna dari fenomena tersebut (Kemenkeu). Perhatian penelitian kualitatif sendiri lebih tertuju pada elemen manusia, objek dan institusi serta hubungan antar elemen tersebut dalam memahami suatu peristiwa, perilaku dan fenomena (Mohamed, et al, 2020 dalam Kemenkeu).

Metode dari penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (case study). Studi kasus dapat diartikan sebagai

suatu identifikasi kejadian, keadaan, peristiwa, kasus atau beberapa kasus secara mendalam secara longitudinal. Metode Yin menyajikan setidaknya empat aplikasi untuk model studi kasus (Nur'aini, 2020):

1. Untuk menjelaskan hubungan sebab akibat yang kompleks dalam intervensi kehidupan nyata
2. Untuk menggambarkan konteks kehidupan nyata di mana intervensi telah terjadi
3. Untuk menggambarkan intervensi itu sendiri
4. Untuk mengeksplorasi situasi di mana intervensi yang dievaluasi tidak memiliki hasil yang jelas

Creswell (2007) dalam studi kasus, seseorang dapat menyusun pertanyaan maupun sub pertanyaan melalui isu dalam tema yang dieksplorasi, juga sub pertanyaan tersebut dapat mencakup langkah-langkah dalam prosedur pengumpulan data, analisis dan konstruksi format naratif. Sub pertanyaan yang dapat memandu observan dalam melakukan studi kasus sebagai berikut:

1. Apa yang terjadi?
2. Siapa yang terlibat dalam respons terhadap suatu peristiwa tersebut?
3. Tema respons apa yang muncul selama mengikuti peristiwa ini?
4. Konstruksi teori apa yang dapat membantu kita memahami respons?
5. Konstruksi apa yang unik dalam kasus ini?

Creswell (2007) menampilkan pengumpulan data melalui matriks sumber informasi untuk pembacanya. Matriks ini mengandung empat tipe data yaitu: wawancara, observasi, dokumen dan materi audio-visual untuk kolom dan bentuk spesifik dari informasi. Penyampaian data melalui matriks ini ditujukan untuk melihat kedalaman dan banyaknya bentuk dari pengumpulan data, sehingga menunjukkan kekompleksan dari kasus tersebut.

Objek Penelitian

Fokus atau subjek dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan UMKM Sale Pusaka yang terdapat di Kabupaten Tasikmalaya. Responden dari penelitian ini berjumlah 6 orang yang semuanya merupakan anggota dalam kepengurusan UMKM Sale Pusaka. Responden dari UMKM merupakan pihak-pihak yang masih keluarga, sehingga persepsi yang dimiliki oleh masing-masing responden cenderung seragam.

Data-data dari narasumber dikumpulkan melalui kegiatan wawancara mendalam. Metode wawancara yang digunakan adalah semi-struktur sehingga peneliti tidak menetapkan batasan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan. Wawancara

semi terstruktur digunakan ketika peneliti cukup tahu tentang topik, tetapi tidak tahu dan tidak dapat mengantisipasi semua jawaban (Bastian, Indra and Winardi, Rijadh Djatu and Fatmawati, 2018). Selain metode wawancara, peneliti juga menghimpun data dari proses dokumentasi dan studi literatur atas tema yang relevan. Dari ketiga sumber data tersebut, peneliti dapat melihat perbandingan sekaligus kesamaan atas data-data yang nantinya akan diperoleh sebelum memulai triangulasi.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan mengelompokkan tema-tema dari daftar pertanyaan yang dibuat. Tema-tema dalam studi kasus dihimpun melalui kajian literatur yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Data hasil wawancara dari narasumber direkam dan diolah sampai jenuh serta dimasukkan ke dalam tema-tema yang disusun. Tema-tema yang berhasil disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan/ Modal Usaha UMKM Sale Pusaka
2. Pencatatan Keuangan UMKM Sale Pusaka
3. Strategi Pemasaran UMKM Sale Pusaka
4. Sumber Daya Manusia UMKM Sale Pusaka

Keempat dari tema di atas merupakan kelompok tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM Sale Pusaka dalam pengembangan usahanya. Informasi-informasi relevan yang dihimpun melalui wawancara tetapi tidak tergolong dalam tema akan diolah kembali menjadi informasi tambahan pendamping.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Sale Pusaka

Sale Pusaka adalah UMKM penghasil olahan produk sale pisang yang terdapat di Desa Cibanteng, Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Sale Pusaka ini aktif beroperasi sejak 1979, merupakan UMKM yang dikelola oleh keluarga secara turun-temurun. Pusaka diambil sebagai kata-kata simbol yang memiliki pengertian bahwa produk merupakan warisan keluarga, sehingga bermakna pusaka atau sesuatu yang legendaris. Nama Pusaka sendiri mulai diberikan ke produk UMKM sejak tahun 2015 bersamaan dengan pencamtuman Depkes, nomor izin usaha dan logo halal. Sebelum tahun 2015, UMKM Sale Pusaka masih belum memiliki nama tertentu dan hanya menjadi produk sale olahan rumah tangga biasa yang dipasarkan di Tasikmalaya.

UMKM Sale Pusaka memiliki visi dan misi yaitu "memunculkan suatu produk yang memiliki kualitas baik dan berhasil di pasar global yang

kompetitif dengan meminimalisasi dampak negatif bagi lingkungan (bisnis berkelanjutan/ sustainable business)". Sale Pusaka saat ini beroperasi sebagai UMKM bentuk home industry dengan pekerja di bawah 10 orang. Pekerja Sale Pusaka sendiri adalah anggota sekaligus pengelola UMKM yang masih dalam satu keluarga. Sejak 2015, produk Sale Pusaka yang telah berlabel diperkenalkan ke masyarakat dan telah mendapatkan jumlah konsumen yang signifikan. Produk olahan dari UMKM Sale Pusaka terdiri dari tiga jenis yaitu: sale basah kemasan biasa, sale basah kemasan keranjang dan sale goreng. Ketiganya dijual mulai harga Rp 30,000 hingga Rp 40,000 per ½ kilogramnya.

Saat ini, UMKM Sale Pusaka telah tergabung dalam program dan mengikuti binaan yang diadakan oleh Bank Indonesia di Kota Tasikmalaya. Program ini telah membantu UMKM Sale Pusaka utamanya berkaitan dengan ekspansi dan pemilihan strategi pemasaran yang mutakhir. Setelah masa pandemi, UMKM Sale Pusaka mengeluhkan menurunnya daya beli masyarakat sehingga keberadaan program binaan dengan tema digital marketing ini membantu semangat pengembangan usaha untuk bangkit kembali. Meskipun demikian, sebagai UMKM yang masih kecil dan dalam tahap perkembangan, Sale Pusaka menghadapi beberapa tantangan-tantangan bisnis yang sedang dicari solusinya. Setelah dirangkum melalui hasil wawancara dan kajian literatur, tantangan-tantangan yang dimaksud meliputi:

1. Masalah Pembiayaan/ Modal Usaha yang belum optimal
2. Belum adanya sistem Pencatatan Keuangan yang memadai
3. Strategi Pemasaran UMKM yang masih dalam tahap pengembangan, dan
4. Sumber Daya Manusia UMKM yang masih kurang

UMKM Sale Pusaka melalui narasumber telah menjelaskan mengenai masalah yang dihadapi dan faktor-faktor penyebab alasan tantangan-tantangan tersebut muncul. Pihak-pihak UMKM Sale Pusaka masih terus secara aktif mencari alternatif solusi dan mendongkrak usaha mereka untuk sampai di level 'growth'. Berdasarkan uraian di atas, maka melalui wawancara narasumber dan studi dokumentasi, detail penjabaran tantangan-tantangan UMKM Sale Pusaka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pembiayaan/ Modal Usaha UMKM

Faktor jaminan modal usaha merupakan elemen yang berpengaruh terhadap perkembangan UMKM (Febrian & Kristianti, 2020). Modal usaha yang

cukup dan memadai juga mampu menjamin dalam peningkatan fasilitas yang dibutuhkan oleh UMKM. Modal usaha bisnis dapat berasal dari modal sendiri maupun modal berasal dari eksternal baik berupa layanan kredit atau penjualan surat berharga.

Berdasarkan informasi yang dihimpun melalui narasumber, UMKM Sale Pusaka menggunakan modal pribadi sebagai dukungan keuangannya. Modal ini berasal dari dana pengelola dan laba yang telah dihasilkan selama penjualan berlangsung. Pengelola Sale Pusaka mengemukakan bahwa UMKM masih ragu untuk mengambil resiko ketika mereka menarik pinjaman modal dari pihak luar. Sale Pusaka mengantisipasi adanya gagal bayar dan hal-hal lain yang berkaitan dengan bunga pinjaman. Selain itu, UMKM Sale Pusaka sendiri tidak menyusun pencatatan keuangannya sesuai dengan standar atau prosedur, sehingga proses pengajuan jaminan kredit menjadi terhambat, padahal salah satu syarat untuk mendapatkan layanan ini adalah dengan memberikan laporan mengenai Kesehatan keuangan UMKM secara berkala.

Menurut pengakuan narasumber, hal terpenting adalah mendapatkan laba dan keuangan yang mampu menutup segala kebutuhan yang ada. Selama ini, laba yang didapatkan oleh UMKM Sale Pusaka masih bisa digunakan untuk mencukupi kebutuhan keluarga dan digunakan untuk memproduksi sale kembali, sehingga narasumber merasa cukup dan tidak perlu lagi mengambil modal usaha dari eksternal. Namun, hal ini tidak semata-mata dijadikan alasan mutlak untuk menghindari pengambilan kredit. Pengelola UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa mereka masih berharap ke depannya akan lebih berani mengambil keputusan untuk kredit, karena keinginan untuk tumbuh dan melengkapi layanan atau fasilitas yang ada cukup besar, misalnya seperti kebutuhan pelatihan kerja. UMKM Sale Pusaka mengemukakan bahwa saat ini mereka sedang kekurangan tenaga sumber daya manusia untuk produksi. Namun, karena pembiayaan yang dihasilkan kurang, maka proses pelatihan kerja bagi calon karyawan baru tidak dapat dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurmala et al., 2019) yaitu sumber daya manusia berbanding lurus dengan kemampuan untuk mendapatkan kredit. Keterbatasan dan keragu-ruguan UMKM Sale Pusaka dalam mengambil kredit telah mengakibatkan terhambatnya pasokan dana dari eksternal (Febrian & Kristianti, 2020). Sehingga perlu adanya keseimbangan antara kemampuan manusia dan pengambilan keputusan dalam UMKM (Darwin, 2018).

UMKM Sale Pusaka membutuhkan pembinaan lebih lanjut mengenai manajemen keuangan dan pembuatan laporannya agar kesempatan itu dapat digunakan untuk mengambil modal usaha di masa depan. UMKM Sale Pusaka juga berharap bahwa perkembangan UMKM yang mereka miliki nantinya tidak hanya untuk keluarga saja atau turun-temurun, melainkan juga berekspansi menuju ke arah terbuka yang lebih baik melalui skema pembiayaan yang cukup. Narasumber mengemukakan:

“Saya ragu untuk mengambil kredit tapi saya juga sadar kalau kebutuhan usaha itu lebih besar. Misal ingin cepat ya narik modal, pinjam gitu. Kebutuhan beragam apalagi saya berharap ada karyawan baru, admin buat jualan dll jadi ya buat mendukung itu semua bisa dibantu kredit”

Pencatatan Akuntansi UMKM

Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan didalam pengambilan keputusan ekonomi (Rawun & Tumilaar, 2019). Pengetahuan akan pencatatan keuangan yang baik dapat meningkatkan keterampilan serta pengetahuan dalam menetapkan strategi bisnis ke depannya, mengelola keuangan dan melindungi aset perusahaan (Bachtiar et al., 2022). Pencatatan keuangan untuk UMKM sebelumnya telah diperkenalkan melalui standar keuangan EMKM. Namun secara praktik, hampir UMKM skala kecil masih belum menerapkannya dan bertopang pada pencatatan keuangan secara sederhana (Rawun & Tumilaar, 2019).

Berdasarkan data yang dihimpun melalui narasumber, pencatatan keuangan yang dilakukan di UMKM Sale Pusaka masih berupa pencatatan sederhana dan tradisional. UMKM Sale Pusaka baru mencatat besarnya laba penjualan per produk yang dihasilkan, namun belum mencantumkan kategori lain seperti aset, beban yang ditanggung, persediaan dan komponen-komponen lain yang dibutuhkan di dalam laporan keuangan. UMKM Sale Pusaka hanya melakukan pencatatan rekaman penjualan pelanggan, sehingga profit yang terlampir merupakan profit yang diterima dari kegiatan penjualan saja. Narasumber menjelaskan bahwa kemampuan mereka dalam memahami prosedur pencatatan keuangan masih belum maksimal dan membutuhkan pendampingan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai hal tersebut.

UMKM Sale Pusaka memaparkan bahwa selama ini mereka memang tidak melakukan rekaman

keuangan mengenai beban, persediaan, aset dan lain-lain. Perhitungan atau kalkulasi yang dilakukan sebatas kepada proses produksi dan penetapan biaya penjualan produk sale. Narasumber menjelaskan bahwa tanpa melakukan pencatatan yang layak, usaha mereka masih tetap berjalan dan belum memberikan informasi kerugian, sehingga motivasi untuk mempelajari bagaimana prosedur pencatatan yang baik tidak dilakukan. Selain itu, keterbatasan pengetahuan akuntansi dan manajemen keuangan menjadi alasan bagi UMKM belum melakukan pencatatan keuangan dengan benar. Di sisi lain, melalui kegiatan pendampingan yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia, pengelola UMKM Sale Pusaka mengaku mendapatkan referensi gambaran catatan keuangan, sehingga inisiatif untuk menghitung profit produk sale baru saja dilakukan, padahal mencatat segala transaksi keuangan yang terjadi dapat memberikan informasi yang berguna mengenai proyeksi dan perencanaan masa depan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa belum adanya pendampingan ke UMKM untuk penyusunan laporan keuangan yang baik (Rawun & Tumilaar, 2019). Pelaku usaha enggan untuk mempelajari SAK EMKM, sehingga banyak sekali data keuangan yang tidak tersimpan dan masih tercecer di luar buku.

Pihak pengelola UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa laporan keuangan sangat diperlukan karena berkaitan dengan kredit modal usaha serta keperluan data yang berhubungan dengan dinas. Selain itu, untuk mencapai pertumbuhan suatu lembaga bisnis, maka diperlukan laporan keuangan yang memadai sebagai penyedia informasi manajemen. UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa karena belum tersedianya tenaga yang kompeten dalam pembuatan laporan keuangan, maka mereka berpikir untuk melakukan perekrutan, tetapi masalah yang dihadapi kembali lagi kepada pembiayaan yang tidak teridentifikasi dengan baik serta terbatas.

Narasumber UMKM Sale Pusaka berharap akan adanya pembinaan atau pelatihan mengenai cara penyusunan laporan keuangan sederhana dari pihak terkait setempat. Melalui penguasaan penyusunan laporan keuangan yang tepat, narasumber berharap bahwa hal tersebut akan mengantarkan UMKM mereka ke arah perbaikan manajemen yang lebih baik, mengingat proses pengambilan kredit dan kegiatan-kegiatan bisnis lain yang melibatkan pihak eksternal selalu membutuhkan laporan keuangan. Narasumber mengemukakan:

“Saya prinsipnya mau belajar. Awal-awal saya bikin laporannya karena memang ada kepentingan saja

tetapi saya sadar jika memang laporan keuangan itu penting. Saya juga pingin lihat sebenarnya total keseluruhan aset yang berkaitan sama usaha itu berapa dan saya juga butuh informasi keuangan buat merencanakan apa-apa di masa mendatang yang bisa mendatangkan profit”

Strategi Pemasaran UMKM

Sejak pandemi berlangsung hingga memasuki masa setelah pandemi, terdapat perubahan atas tata cara perdagangan di masyarakat. Masyarakat tidak lagi mengunjungi kios, toko, pasar maupun swalayan. Semua beralih menggunakan media digital untuk menghindari perkumpulan dan interaksi dengan banyak orang, yang pada akhirnya proses tersebut masih berlangsung hingga hari ini. Marketplace baru kian bermunculan dan metode-metode pembayaran non tunai ikut mengimbangi tren yang berubah. Pengembangan ICT (Information, Communication and technology) merupakan daya saing terbaru bagi pemasaran produk (Febriantoro, 2018). Berbekal gawai masing-masing, masyarakat sudah dapat memenuhi kebutuhannya melalui jual beli online.

Di sisi lain, para pelaku UMKM turut terdampak perubahan dan akhirnya harus menyusun strategi baru dalam konsep pemasarannya, termasuk UMKM Sale Pusaka. Sebelum pandemi berlangsung, UMKM Sale Pusaka lebih sering menjual produknya secara langsung. Para pembeli mendatangi rumah produksi sale, melihat barang dan melakukan pembayaran secara tunai. Namun, semenjak pandemi, UMKM Sale Pusaka mengubah metode pemasarannya ke arah digital dan mendaftarkan diri ke marketplace maupun media sosial.

Berdasarkan informasi melalui narasumber, UMKM Sale Pusaka tengah aktif mengikuti program pelatihan digital marketing yang diadakan oleh Bank Indonesia, Kota Tasikmalaya. Melalui kegiatan ini, UMKM Sale Pusaka mendapatkan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran untuk pengelolaan jual beli secara online. Selain mendaftarkan UMKM di marketplace dan media sosial, UMKM Sale Pusaka juga menambah opsi pembayaran produknya melalui metode non tunai. Tingkat penjualan Sale Pusaka mulai meningkat dan pangsa pasarnya meluas tidak lagi hanya berada di sekitar Tasikmalaya, melainkan hingga antar provinsi dan antar pulau.

Berdasarkan keterangan dari narasumber, konsep pemasaran yang diperkenalkan dalam pelatihan tidak hanya mengenai sistematisasi jual beli saja, melainkan juga pengemasan dan tampilan produk. UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa baginya masih membutuhkan banyak evaluasi

mengenai pengemasan dan desain terutama pewarnaan untuk menarik minat lebih banyak pembeli dan layak dikatakan sebagai produk yang berkualitas.

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM Sale Pusaka adalah tidak adanya ketersediaan admin rutin untuk mengontrol toko di marketplace dan media sosial. Narasumber menjelaskan bahwa tidak semua pengelola di UMKM Sale Pusaka memahami operasi digitalisasi, sehingga kepengurusan penjualan melalui marketplace dan media sosial dibebankan ke satu anggota. Di samping itu, karena adanya pekerjaan lain yang dimiliki anggota bersangkutan, maka kepengurusan marketplace dan media sosial tidak dapat dilakukan setiap saat. Selain mengakibatkan penumpukan pesanan, akun online yang seharusnya lebih sering di update dan upload foto-foto terbaru menjadi sedikit terbengkalai. Setelah pemasaran, pengaruh lain dengan adanya e-commerce adalah peralihan fungsi pembayaran dari tunai ke non-tunai (Raharjo et al., 2022).

Selanjutnya, UMKM Sale Pusaka berharap dana yang ada meningkat sehingga pihaknya dapat merekrut admin media sosial yang rutin mengontrol pembaharuan dan pesanan, mengingat omset dan penjualan dari marketplace Sale Pusaka cukup pesat. Narasumber mengutarakan:

“Kami ingin punya admin medsos supaya apa ya...akun ada yang rutin pegang, jadi bisa kreatif mau posting produk atau video setiap hari. Anggota kami sedikit dan punya pekerjaan yang mesti diurus jadi tidak sempat padahal saya juga pingin seperti orang-orang yang ngadain live terus bikin video-video menarik terus konsisten lah setiap hari harus update”

Sumber Daya Manusia UMKM

Sumber daya manusia adalah komponen yang tidak kalah penting bagi keberlanjutan UMKM. Kualitas sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting dalam perkembangan usaha secara keseluruhan. Peningkatan manfaat ekonomi yang dirasakan anggota berawal dari meningkatnya pemahaman pengusaha terhadap manfaat usaha yang mereka jalankan (Nabawi & Basuki, 2022). Manusia adalah perencana dan evaluator sehingga setiap keputusan manajemen di dalam UMKM tidak dapat berjalan tanpa adanya faktor sumber daya manusia.

Berdasarkan keterangan narasumber di UMKM Sale Pusaka, sumber daya manusia masih menjadi masalah yang telah berlangsung selama beberapa waktu. UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa mereka membutuhkan tambahan sumber daya manusia mengingat anggota inti mereka hanya 6 orang dengan pesanan yang terus meningkat setiap harinya

hingga terkadang mengakibatkan penumpukan pesanan. UMKM Sale Pusaka membutuhkan tenaga di bidang produksi untuk mengerjakan pesanan agar lebih cepat dengan hasil yang banyak. Namun, untuk menemukan tenaga produksi sendiri tidak mudah. UMKM Sale Pusaka menjelaskan bahwa orang-orang baru cenderung memiliki penguasaan teknik pembuatan sale pisang yang berbeda, sehingga rasa yang dihasilkan berbeda pula. Perbedaan inilah yang kemudian dapat disadari oleh pelanggan dan mengurangi kepuasan mereka. UMKM Sale Pusaka berpendapat bahwa perekrutan tenaga produksi baru dapat dilakukan dengan baik apabila mereka juga mendapatkan pelatihan sehingga teknik pembuatan sale yang digunakan menjadi seragam, tetapi masalah yang dihadapi oleh Sale Pusaka adalah belum tersedianya dana yang cukup apabila karyawan baru diberikan program pelatihan. Akhirnya faktor sumber daya manusia dan permodalan menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan (Darwin, 2018).

Selain faktor dana, narasumber mengatakan bahwa faktor kepercayaan juga merupakan hal mendasar. UMKM Sale Pusaka yang merupakan UMKM turun-temurun dari keluarga masih belum ingin memasukkan pihak luar ke dalam rumah produksi mereka karena alasan kenyamanan. Para anggota pengelola masih nyaman dengan keluarga mereka dan cara mereka bekerja. Meskipun demikian, penambahan personel dengan sistem pekerjaan yang jelas dapat menjadikan manajemen bisnis dari UMKM lebih terarah.

Berdasarkan keterangan dari narasumber, pembagian kerja yang dilakukan di UMKM Sale Pusaka masih belum jelas dan terstruktur. Antara bagian produksi, keuangan hingga pemasaran semua tercampur menjadi satu. Seringkali pekerjaan yang dilakukan oleh anggota UMKM adalah sukarela dan saling membantu. Secara tidak langsung, UMKM Sale Pusaka juga masih menerapkan budaya kerja gotong royong dan sistem kerja yang tradisional. Narasumber mengatakan:

“Kita cuma 6 orang jadi ya gantian saja siapa yang sempat saja kerjanya tetapi selalu konsisten produksi tiap harinya terus ada pesanan juga. Sebenarnya butuh tenaga lagi buat bantu bikin salenya tapi apa ya.. susah nyari orang yang cocok. Dulu pernah rekrut tapi ternyata sale pisangnya jadi agak sedikit beda rasa dan itu pelanggan tahu. Akhirnya kami jadi lebih mempercayakan ke yang sudah lama saja, keluarga sendiri”

KESIMPULAN

Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM mencapai 64,19 juta pada tahun 2019 dan meningkat hingga 65,46 juta pada akhir tahun 2021 dengan kontribusi terhadap PDB sejumlah 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja dan dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Sejak masa pandemi, pemerintah terus mengupayakan pemberdayaan UMKM melalui berbagai program dalam pemulihan ekonomi.

Sale Pusaka adalah salah satu UMKM penghasil produk olahan sale pisang di Tasikmalaya yang tergabung dalam program binaan Bank Indonesia wilayah Tasikmalaya melalui kegiatan mentoring digital marketing serta manajemen UMKM. UMKM Sale Pusaka sendiri telah beroperasi sejak 1979 dan baru mendapatkan label resmi serta mengurus perizinan di tahun 2015. Sejatinnya UMKM Sale Pusaka masih dalam tahap pengembangan karena belum memiliki struktur pendanaan yang beragam dan proses pencatatan keuangan yang sangat sederhana. Selain itu, ketersediaan sumber daya manusia di UMKM juga belum memadai terutama perihal jumlah dan dari segi keterampilan yang dibutuhkan. Melalui hasil wawancara yang dihimpun oleh peneliti, tantangan-tantangan bisnis yang dihadapi oleh UMKM Sale Pusaka umumnya berasal dari lingkungan internal berupa kurangnya pemahaman mengenai standar pelaporan, keraguan dalam mengambil resiko kredit, sumber daya manusia yang terbatas dan kebutuhan untuk konsistensi dalam memperkenalkan produk melalui internet.

Rekomendasi

Saran yang bisa diberikan peneliti kepada UMKM Sale Pusaka adalah motivasi untuk lebih berani mengambil keputusan dan resiko keluar dari zona nyaman. UMKM Sale Pusaka yang telah bertahun-tahun dikelola keluarga sebaiknya mencoba untuk membuka peluang tambahan dengan mengajukan kredit, memperbaiki kualitas sumber daya dan menambah tenaga kerja demi kelangsungan bisnis yang telah dijalankan. Selain itu, peneliti menyarankan agar UMKM Sale Pusaka tetap fokus dan tekun mengelola bisnisnya secara konsisten dan berkelanjutan dengan rutin memproduksi per harinya, rutin melakukan promosi dan rutin melakukan evaluasi.

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan berupa temuan yang tidak bisa digeneralisasi. Setiap UMKM memiliki tantangan masing-masing yang dihadapi, sehingga hasil penelitian dari UMKM Sale Pusaka tidak bisa disamakan dengan temuan penelitian di UMKM yang lain. Meskipun tema yang

dirumuskan sama, namun penjabaran kasusnya dapat berbeda. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengulas tantangan-tantangan di UMKM lain di wilayah Priangan Timur khususnya Tasikmalaya agar bisa dicarikan solusinya bersama-sama demi mencapai peningkatan ekonomi Indonesia melalui kemajuan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, I. S., Shihabudin, M., Jaya, B. P. M., & Fasyehudin, M. (2022). Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Nasional dan Membangun Negeri di Pasar Internasional. *Yustisia Tirtayasa: Jurnal Tugas Akhir*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.51825/lyta.v2i1.13641>
- Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, D. R. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425–433.
- Bachtiar, I. H., Toalib, R., Ar, N., Nur, A. M., Timur, U. I., & Timur, U. I. (2022). *PENDAHULUAN Seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam pemulihan perekonomian di Indonesia. Adanya komitmen UMKM sehingga nantinya bisa tetap bertahan serta mampu berkembang di tengah pandemi yang tak kunjung usai*. 5(1), 105–110.
- Bastian, Indra and Winardi, Rijadh Djatu and Fatmawati, D. (2018). *Metoda Wawancara. Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, October, 53–99.
- Darwin. (2018). *Umkm dalam perspektif pembiayaan inklusif di indonesia 1*. 2017, 59–76.
- Febrian, L. D., & Kristianti, I. (2020). Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.32500/jematech.v3i1.799>
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di

- Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Merdekawati, E., & Rosyanti, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Bogor). *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 5(2), 165–174. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v5i2.1640>
- Nabawi, N., & Basuki, B. (2022). Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm. *AL-ULUM : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 111–120. <https://doi.org/10.31602/alsh.v8i1.6837>
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Nurmala, N., Damayanti, D., & Yuniarti, E. (2019). Pengaruh Faktor Keuangan dan Non Keuangan pada Keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 13(1), 27. <https://doi.org/10.25181/esai.v13i1.1270>
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, Abbas, E. W., Subiyakto, B., & Putra, M. A. H. (2022). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Umkm Kerajinan Di Kampung. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 7(April), 203–209.
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., Sunardi, N., & Zulfitra. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67–77. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.70>
- Ratih Purbasari, Chandra Wijaya, Ning Rahayu, E. M. (2020). Pemetaan UMKM Industri Kreatif di Wilayah Priangan Timur: Identifikasi Keunggulan Daya Saing Lokal. *AdBispreneiur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 1–11.
- Rawun, Y., & Tumilaar, O. N. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM (Suatu Studi UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 12(1), 57–66. <https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2472>
- Sasongko, N., Trisnawati, R., & Setiawati, E. (2019). Tata Kelola Keuangan yang Baik Bagi UMKM. *Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019) "Membangun Ekonomi Kreatif Yang Berdaya Saing,"* 287–291.
- Susanti, Y., Rochdiani, D., & Isyanto, A. Y. (2019). ANALISIS BIAYA, PENDAPATAN DAN R/C PADA AGROINDUSTRI SALE PISANG AMBON (Studi Kasus pada Perusahaan Sale Pisang Ambon di Desa Pakemitan I Kecamatan Cikatomas Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(2), 416. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i2.2509>
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.