



SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN (STKIP) PGRI BANGKALAN

Badan Penyelenggara: YPLP-PT PGRI Bangkalan
(Berdasarkan SK.MenKumHam No.AHU.3296.AH.01.04 Tahun 2010 tgl.10-8-2010)
Jl. Soekarno Hatta No. 52 Telp (031) 99301078 Bangkalan 69116
Website: www.stkip PGRI-bkl.ac.id Email: admin@stkip PGRI-bkl.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1144/A/G/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Dr. Didik Hermanto, S.T., M.Pd**
NIDN : 0731076504
Jabatan : Ketua STKIP PGRI Bangkalan
Alamat : Jl. Soekarno Hatta No. 52 Bangkalan

Dengan ini memberikan tugas kepada yang bersangkutan di bawah ini:

Nama : Anindita Trinura Novitasari, M.Pd
NIDN : 0727117901

Sebagai pemakalah dalam acara Sience Meet 2022 Seminar And Proceeding yang bertema "Implementing Education And Economic Standard Throught Asean Nations". Yang diselenggarakan oleh Universitas Indraprasta PGRI Jakarta (UNINDRA) pada tanggal 4 Juli 2022. Sebagai salah satu bentuk penunjang Tridharma Perguruan Tinggi.

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dapatnya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab.

Bangkalan, 6 Juni 2022
Ketua

Dr. Didik Hermanto, S.T., M.Pd
NIDN. 0731076504

MSME as a pillar of economy

UMKM sebagai Pilar dalam Perekonoian

Author

Anindita Trinura Novitasari
STKIP PGRI Bangkalan
Bangkalan
aninditatrinnura2015@stkipgri-bkl.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) have contributed significantly to the Gross Domestic Product (GDP), employment, people's income distribution, poverty eradication, and unemployment reduction where together positively affect the nation's economy. Problems arise in the development of MSME are classified into a number of issue, such as capital issue, human resources issue, marketing issue, product development issue, and the MSMEs' unfamiliarity with the digital-based marketing. Here, the roles of government is needed as the policy maker and economic stabilizer to provide programs, activities, development, training, and assistance comprehensively to all MSMEs, both in urban and rural areas in order for them to grow productively and competitively while also develop any typical local products to become national excellent creative products. Government, as the policy maker, should encourage the MSMEs to survive and grow despite any internal and external barriers including national economic situation during pandemic. Issues in the development of MSME and national economic situation have given significant contribution to the MSMEs themselves. Again, the roles of government through programs and fostering are highly needed by the MSMEs so that they can survive and keep growing under any situation as well as contribute positively to the nation's economy.

Keywords

Pillar, Contribution, Significant.

Duconomics Sci-meet

2022

VOLUME 2
JULI

Page

1-4

DOI

10.37010/duconomics.v2.xxxx

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi yang besar pada Pendapatan Domestic Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, pendistribusian pendapatan masyarakat, pengentasan kemiskinan, serta pengurangan pengangguran yang kesemuanya ini akan berdampak pada sektor perekonomian bangsa. Permasalahan dalam pengembangan UMKM yang diklasifikasikan diantaranya, permasalahan permodalan, sumber daya manusia, pemasaran, pengembangan produk, serta tidak keseluruhan pelaku usaha yang *familiar* dengan pemasaran menggunakan media digital. Disini membutuhkan peran pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan stabilisator perekonomian untuk memberikan beberapa program, kegiatan, pembinaan, pelatihan, dan pendampingan secara menyeluruh kepada seluruh lapisan pelaku usaha baik yang di kota maupun di pelosok supaya secara merata mendapatkan pembinaan pemerintah untuk tumbuh menjadi UMKM yang produktif dan memiliki daya saing dalam mengembangkan produk sebagai spesialisasi produk daerah masing-masing serta menjadi produk ekonomi kreatif unggulan bangsa. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan perlu terus menstimulus pelaku usaha UMKM untuk terus

Corresponding Author

mampu bertahan dan tumbuh menghadapi permasalahan internal dalam perkembangan UMKM maupun permasalahan dari luar yang tidak menutup kemungkinan terjadi seperti kondisi perekonomian bangsa dalam krisis perekonomian ataupun situasi bangsa yang berada di masa pandemi. Permasalahan dalam pengembangan UMKM serta kondisi perekonomian dan bangsa sangat memberikan sumbangsing yang signifikan terhadap perkembangan UMKM itu sendiri dan disini peran pemerintah dalam berbagai program, pembinaan, pendampingan, sangat dibutuhkan para pelaku UMKM untuk mampu bertahan dan terus berkembang dalam segala situasi untuk kontribusinya dalam perekonomian.

aninditatinura2015@stkipgri-bkl.ac.id
085607744582

Kata kunci

Pilar, Kontribusi, Signifikan

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

UMKM sebagai sektor perekonomian yang telah banyak memberikan kontribusi positif dalam pembangunan ekonomi khususnya distribusi pemerataan pendapatan masyarakat terutama masyarakat yang mayoritas berada di lingkup pekerja dengan tingkat pendidikan rendah serta menjadi ladang sumber lapangan kerja bagi tenaga kerja produktif. Tenaga kerja dalam sistem keterlaksanaan pelaku bisnis UMKM merupakan pendukung sektor ekonomi dalam menghadapi perekonomian yang dimungkinkan terjadi fluktuasi tidak menutup kemungkinan pada waktu dan situasi kapanpun akibat adanya pengaruh kondisi ekonomi domestik maupun ekonomi global. Usaha mikro kecil dan menengah mampu menopang perekonomian dalam arti dapat memberikan situasi perekonomian bertahan dan terus tumbuh meskipun dalam kondisi keterpurukan sebagai dampak adanya pengaruh kondisi perekonomian. Saat beberapa perusahaan besar mengalami keterpurukan disebabkan adanya krisis ekonomi global yang menanggung hutang perusahaan dalam skala besar akibat adanya krisis ekonomi global banyak memberikan dampak pada jalannya roda bisnis yang tidak mampu berputar dalam kurun waktu berkepanjangan berdampak pada roda bisnis yang dijalankan perusahaan. Akibatnya banyak perusahaan besar saat krisis ekonomi di negara kita sekitar tahun 1998 mengalami *collaps*. Pengurangan tenaga kerja dan berdampak pada *income* pekerja serta kesejahteraan tenaga kerja. UMKM sebagai sektor yang menunjukkan mampu terus berkontribusi meski jika dilihat dari skala hasil yang disumbangkan terhadap PDB tidak sebesar perusahaan besar namun kontinuitas dan konsistensi dari sumbangsih UMKM terhadap pendapatan negara mengindikasikan kemampuannya menopang kondisi perekonomian untuk dapat terus berjalan berkelanjutan secara konsisten dan menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja produktif dengan pendidikan mereka yang tidak tinggi sebagai sumber pendapatan, pengurangan pengangguran, bentuk pemerataan distribusi pendapatan. Fakta diatas membuktikan bahwa krisis ekonomi tidak mampu merubah eksistensi usaha kecil. Nitisusanto, M (dalam Sofyan,S, 2017) menyampaikan bahwa perekonomian Indonesia tidak menjadi lumpuh dikarenakan ada kontribusi pelaku usaha kecil, sementara kondisi krisis sangat berdampak dan dirasa oleh usaha besar dalam menanggapi fluktuatif dari nilai mata uang kita yang sering mengalami dampak adanya kondisi perekonomian yang berkembang dan berpengaruh pada jalannya roda usaha skala besar. Aknolt (dalam Alfrian,G & Pitaloka, E) (2020) menyatakan bahwa pengalaman di tahun 1998 dan 2012 menunjukkan UMKM dapat bertahan dalam situasi yang krisis sekalipun dengan trend pertumbuhannya yang masih menunjukkan positif.

Berbicara mengenai kontribusi UMKM dalam perekonomian, ketika masa pandemi yang gencar-gencarnya sekitar pertengahan tahun 2020 hingga pertengahan 2021, kita perlu membuat pengamatan terpisah antara pertumbuhan UMKM sebelum pandemi bagaimana UMKM berkontribusi positif dalam perekonomian serta upaya pemerintah dan berbagai pihak untuk mempertahankan UMKM sebagai sektor ekonomi yang sudah memberikan kontribusi dalam perekonomian serta mampu diperhitungkan untuk peningkatan taraf hidup masyarakat yang bermuara pada perkembangan roda perekonomian ke arah yang lebih baik. Kemudian permasalahan muncul dalam UMKM ketika pandemi berlangsung. Dukungan pemerintah dan digitalisasi memberikan solusi bagi UMKM untuk mampu bertahan dalam situasi dan kondisi yang saat itu tidak baik. UMKM sebagai bentuk penerapan spesialisasi keunggulan komparatif dari setiap daerah dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang membuka peluang kerja bagi masyarakat melalui inisiatif dan peran pemerintah bersama berbagai lapisan masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia untuk merancang pembangunan ekonomi yang tepat bagi pertumbuhan perekonomian.

UMKM dalam perekonomian menunjukkan ada capaian kontribusi yang cukup bisa diperhitungkan untuk membawa pada perekonomian lebih baik yaitu melalui penyerapan tenaga kerja. Sekitar 25 juta UMKM di Indonesia berkontribusi cukup besar dalam perekonomian. Sekitar 90% dari total perusahaan di Indonesia adalah UMKM dan telah memberi ketersediaan lapangan kerja dalam serapan tenaga kerja melebihi 90% dari total tenaga kerja di Indonesia. Kontribusinya terhadap PDB melebihi dari 20% dari keseluruhan pendapatan negara (Webinar DayaQarsa, 2021). Sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia, jumlah UMKM berdasarkan kementerian koperasi dan UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 61,07%. Kontribusi dalam perekonomian ini berupa penyerapan tenaga kerja sampai 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Menyerap investasi sampai pada 60,4% dari total investasi. Kredibilitas UMKM dalam keberlangsungannya tidak terlepas dari kendala yang harus UMKM hadapi. Pemerintah sebagai pihak terkait dan memiliki wewenang menjaga keberlangsungan UMKM dalam perekonomian sebagai sektor yang mendukung dan pilar perekonomian negara, telah menyediakan berbagai bentuk dukungan berupa kebijakan maupun solusi yang diberikan pemerintah untuk menghadapi tantangan UMKM yang ada. Misalnya dengan kebijakan berupa dukungan kepada UMKM berupa bantuan insentif dan pembiayaan, Kredit Usaha Rakyat (KUR), (Gernas BBI) Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, Digitalisasi pemasaran UMKM.

Kondisi perekonomian sangat menjadi kondisi yang mendukung mutlak atas eksistensi UMKM itu sendiri. Sektor ekonomi sebagai indikator dari pembangunan merupakan geliat dari upaya masyarakat dalam memenuhi masa depan mereka. Upaya dalam merubah taraf hidup ke arah yang lebih baik. Masyarakat wajib terlibat langsung dalam proses pembangunan, salah satunya dengan keikut sertaannya dalam kontribusinya di pembangunan ekonomi sektor UMKM. Berdasar data yang ada menunjukkan bahwa UMKM sebagai sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi seiring berjalannya waktu. Kontribusi UMKM khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, distribusi pemerataan pendapatan masyarakat, serta dominasi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Alfrian, G & Pitaloka, E (2020) menyampaikan dalam penelitiannya bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60,34% di tahun 2017 dengan kisaran ekspor 15,7%. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran UMKM dalam perekonomian telah dibuktikan dalam data kontribusinya yang baik terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) dan juga menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga produktif dalam pengentasan kemiskinan serta pengurangan pengangguran.

Selain pertumbuhannya yang mengarah pada pertumbuhan positif dalam perekonomian, UMKM juga memiliki beberapa kendala dalam perkembangannya. Terbatasnya akses bagi UMKM yang berada di pelosok dalam menerima informasi baik berupa dana bantuan, minimnya permodalan mereka, tingkat pendidikan pelaku UMKM di pelosok yang tidak tinggi, lebih

menggantungkan usaha pada ciri khas usaha keluarga yang cenderung dijalankan secara turun temurun, bersifat kekeluargaan, kendala permodalan maupun kendala sumber daya manusianya yang tidak tinggi, beberapa hal ini sangat riskan memberikan pengaruh dan dampak yang kurang baik dalam pertumbuhan UMKM khususnya yang ada di pelosok serta minim informasi. Kendala lain seperti kondisi pandemi yang berlangsung sejak pertengahan 2020 hingga saat ini belum berjalan sepenuhnya normal roda perekonomian meskipun ada geliat kearah perekonomian mulai membaik pasca berlangsungnya pandemi yang cukup panjang. UMKM mengalami penurunan drastis ketika di awal pandemi berlangsung yang disebabkan *physical Distancing* maupun penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di setiap daerah. Minimnya masyarakat yang keluar rumah untuk beraktivitas sangat memberikan pengaruh pada jalannya usaha kecil yang sebelumnya tidak menemui hambatan. Terang saja kondisi ini memberikan dampak pada pemasukan usaha atas roda usaha kecil yang dilakukan pelaku UMKM di masa pandemi.

Pemerintah sebagai pemangku kebijakan memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha kecil UMKM. Berbagai proyek dijalankan pemerintah bertujuan menstimulus UMKM tetap tumbuh sebelum pandemi maupun ditengah pandemi khususnya. Jika dilakukan klasifikasi permasalahan UMKM dapat dibuat dalam tiga jenis permasalahan diantaranya, permasalahan pertama permasalahan klasik dan mendasar seperti kualitas SDM, modal yang terbatas, pengembangan produk dan akses pemasaran. Permasalahan kedua merupakan permasalahan yang umum seperti keterlibatan instansi dan pihak terkait dalam memberikan solusi permasalahan UMKM berupa perpajakan, pinjaman dana, agunan, hukum. Permasalahan ketiganya menyangkut permasalahan yang menyertainya berupa penetrasi pasar, ekspor barang, pengembangan desain produk, perijinan, hukum, hak paten.

Perkembangan UMKM, kemampuannya dalam menjadi sumber pendapatan masyarakat serta distribusi pendapatan yang merata pada pekerjanya yang menjadi sumber lapangan pekerjaan, selain peran nya juga dalam pendapatan negara, seyogyanya UMKM dapat terus dikembangkan dengan potensi spesialisasi masing-masing daerah sebagai keunggulan komparatif masing-masing daerah dalam dukungan pihak terkait dalam mendukung perkembangannya serta membantu mengatasi solusi dari permasalahan yang dihadapi. Penulisan ini akan membahas mengenai beberapa pemikiran dalam kaitannya dengan kontribusi UMKM dalam perekonomian.

Tujuan Penelitian :

1. Untuk Mengetahui kontribusi UMKM dalam perekonomian
2. Untuk mengetahui *Digital Marketing* dalam pertumbuhan UMKM
3. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam pertumbuhan UMKM

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan studi literatur. Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara :

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini dengan mengumpulkan data yang menggunakan studi pustaka melalui menulis, mencari, dan mengumpulkan informasi dan keterangan yang dibutuhkan dari media yang bersifat pustaka. Media tersebut dapat berupa buku, jurnal, proseding, dan artikel atau berita online sebagai pendukung penyusunan penulisan.

2. Wawancara

Metode dilakukan dengan wawancara pada respondence khususnya pelaku UMKM yang bertujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Wirausaha dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM erat kaitannya dengan kewirausahaan. Bentuk yang menyamakan antara kewirausahaan dengan UMKM. Pembahasan selengkapnya mengenai UMKM terdapat dalam undang-undang tepatnya pada pasal 1 UU Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah No. 20 Tahun 2008 (Agustina,T, 2015). UMKM terklasifikasi dalam usaha mikro, usaha kecil, serta usaha menengah. Masing-masing dari klasifikasi usaha tersebut memiliki kriteria yang mencirikan dari spesifikasi ketiganya. Kriteria dilihat dari kekayaan bersih yang dimiliki, hasil penjualan pertahunnya, serta jumlah pekerjanya. Kekayaan bersih usaha mikro Rp 50.000.000 dengan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dijalankan. Hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- dengan jumlah pekerja 1-4 orang. Usaha kecil kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- - Rp 500.000.000 dengan jumlah penjualan Rp 300.000.000,- sampai paling banyaknya Rp 2.500.000.000 dan sosial. 0.000,-. Pekerja antara 5-20 orang. Untuk usaha menengah kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 – Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan pertahunnya Rp 2.500.000.000,- dengan jumlah pekerja > 20 orang sampai 99 orang.

Usaha kecil memberikan dampak pada penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat khususnya yang berada di usia produktif. Adanya lapangan kerja akan memberikan peningkatan pada kualitas hidup masyarakat karena kesejahteraannya lebih baik. Distribusi pendapatan masyarakat lebih merata dengan adanya lapangan kerja UMKM. Masyarakat memiliki pendapatan untuk menjalankan roda perekonomian masing-masing. Melalui UMKM maka mobilisasi dari sumber daya masing-masing wilayah dan tenaga kerja produktif yang berada di masing-masing wilayah akan berujung pada peningkatan produktivitas nasional.

Pada setiap negara, baik negara maju dan negara berkembang, usaha kecil memiliki peranan yang sangat penting dalam kontribusi positifnya berkaitan dengan penanganan permasalahan ekonomi dan sosial. Permasalahan ini berupa tingginya tingkat pengangguran yang diatasi dengan adanya usaha kecil yang menjadi sumber lapangan kerja baru bagi tenaga kerja produktif. Melalui hadirnya usaha kecil ini dapat mengatasi permasalahan seperti penurunan tingkat kemiskinan, pengurangan pengangguran, ketimpangan dalam distribusi pendapatan, ketimpangan dalam pembangunan di wilayah kota dengan pelosok desa melalui usaha kecil yang menjadi produk spesialisasi masing-masing wilayah, serta permasalahan urbanisasi dengan dampak negatifnya melalui penanggulangan dampak negatif tersebut dengan menggalakkan munculnya usaha kecil sebagai media pekerja produktif mendapatkan pendapatan di kota dengan menonjolkan produk yang menjadi ciri khas dan produk spesialisasi di wilayahnya. Produk ini akan menjadi produk baru di lokasi urban dengan memadukan potensi kreativitas inovasi dalam memanfaatkan kesempatan, peluang, dan tantangan untuk menjadi wirausaha.

Ada banyak alasan seseorang mengambil keputusan melakukan wirausaha. Adapun alasannya bisa berupa disebabkan alasan keuangan untuk menambah pendapatan, alasan sosial untuk menambah interaksi dengan banyak orang, alasan pelayanan tujuannya memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar, alasan pemenuhan diri untuk produktif dan mengaktualisasikan potensi dalam diri. Seseorang yang ingin bekerja secara mandiri tanpa aturan dari instansi atau perusahaan disertai potensi kreativitas dan inovasi yang dimiliki juga akan memotivasi diri untuk mampu melakukan wirausaha dengan membuka lapangan kerja sendiri dan tidak berada dibawah aturan instansi atau perusahaan. Biasanya tipikal nya adalah seseorang yang mempunyai jiwa berani mencoba hal baru, rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, punya jiwa memimpin, selalu orisinil dalam pemikirannya, dan terus berorientasi ke masa depan. Komponen ini merupakan komponen dari karakteristik wirausaha (Meredith dalam Agustin, T, 2015).

Pengembangan usaha kecil bagi pelaku usaha tidaklah menjadi hal mudah, terdapat beberapa resiko dan tantangan yang harus dihadapinya. Wirausahawan akan dihadapkan dengan tantangan dan resiko untuk pengembangan usahanya dalam kaitannya persaingan seiring perkembangan waktu. Suparyanto (2013) wirausahawan merupakan orang yang dinamis, senantiasa mencari peluang dan memanfaatkannya untuk sesuatu yang memiliki nilai tambah. Bagi beberapa pelaku usaha yang memiliki kepiawaian mungkin akan menjadi hal mudah dan dapat dilalui serta diatasi dengan baik, namun bagi sebagian yang lain resiko yang harus dihadapi dalam pengembangan usahanya bisa jadi akan dirasa terlalu berat dan menjadikan usahanya dalam ketidak pastian. Adapun resiko yang harus dihadapi pelaku usaha ada dua macam. Sutiono (dalam Agustina, T), 2015 ada dua macam resiko dalam pengembangan usaha yang dijalankan wirausahawan yaitu resiko riil dan resiko psikologis. Adapun resiko riil adalah resiko yang harus mereka hadapi dalam ketekunan dan keuletan menjalankan usahanya berupa kemungkinan kehilangan modal usaha, hilangnya keuntungan usaha, hilangnya mata pencaharian. Sementara resiko psikologis yang mutlak harus siap diterima pelaku usaha adalah resiko yang tidak dapat dilihat dan belum tentu dapat dihindarkan yaitu kehilangan reputasi diri ketika usaha yang dijalankan mengalami kegagalan, kehilangan rasa percaya diri, kehilangan jati diri, dan harus siap menanggung malu, yang bisa jadi berujung pada kehilangan motivasi untuk berjuang kembali.

UMKM yang kita ketahui telah banyak memberikan kontribusi dalam pembangunan perekonomian khususnya. Hal ini menjadi realitas yang tidak dapat dipungkiri. Sebagai sektor ekonomi nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, UMKM sebagai kelompok pelaku ekonomi terbesar serta sebagai pengaman perekonomian, serta di masa krisis bertindak sebagai dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Ini artinya usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran sangat besar dalam proses pembangunan bangsa. Setiawan, B (2018) UMKM berkontribusi dalam perekonomian Indonesia sebesar 99,99% dari total pelaku usaha atau sebanyak 56,54 juta unit. Lebih khususnya yang bergerak di sektor ekonomi kreatif telah menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 852 triliun dan memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja sebanyak 15 juta orang. Siregar, M, et.al (2021) berdasar data dari kementerian koperasi dan UMKM, total pelaku UMKM di Indonesia 59,2 juta. UMKM sangat penting dan berkontribusi 60% dari PDB dan menyumbang 97% menyerap tenaga kerja. Unit usaha ini terbukti tangguh ketika krisis ekonomi berlangsung sekalipun. Kondisi yang diberikan fakta UMKM mampu bertahan dalam perekonomian meski berada dalam kondisi ekonomi

<https://www.doi.org/10.xx>

krisis, UMKM mampu bertindak sebagai dinamisor pergerakan ke arah pemulihan ekonomi dengan kontribusi yang terbukti tinggi dalam PDB.

Sebelum pandemi berlangsung kisaran tahun 2003 - 2006 peranan usaha mikro kecil dan menengah dalam penciptaan nilai tambah terus meningkat dari 54,51% pada 2003 menjadi 56,72% pada 2006. Sebaliknya perusahaan besar semakin berkurang dari 45,49% di 2003 menjadi 43,28% pada 2006. Selain itu UMKM sebagai pemasok kebutuhan barang dan jasa nasional sebanyak 43,8% sedangkan usaha besar masih di kisaran 42,1% dan impor sebanyak 14,2% (Singgih, M, n.d). Kondisi yang menunjukkan keunggulan berkontribusi mendukung dan mendorong PDB ini terjadi setelah krisis ekonomi 1997. Sarfiah, S, et.al (2019) ketika krisis ekonomi berlangsung tahun 1997 – 1998 jumlah UMKM meningkat dan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pertumbuhannya tahun 2016 meningkat 4,17% dari 34,64% menjadi 38,81% sementara usaha besar justru mengalami penurunan 0,26% dari 9,94% menjadi 9,68%. Ini menunjukkan setelah krisis 1998 UMKM mampu bertahan. Data menunjukkan bahwa secara umum peran usaha mikro kecil dan menengah dalam PDB mengalami kenaikan dibandingkan sebelum krisis, diikuti menurunnya usaha menengah dan besar dikarenakan kondisi inflasi yang berdampak pada roda bisnis yang dijalankan usaha besar semasa terjadi krisis ekonomi 1997 dan pemulihannya di 2003.

Mulai stabilnya perekonomian melalui peran UMKM selama usai dari krisis 1997 sekitar tahun 2003 akhir yang baru pulih, kembali UMKM dibenturkan dengan kondisi pandemi di pertengahan 2020. UMKM berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan pandemi covid 19. Antisipasi pemerintah telah berdampak pada penguncian (lockdown) membuat terhentinya aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, permintaan menurun atas barang dan jasa dan mengganggu pasokan proses produksi. Kontribusi UMKM yang sangat besar pada perekonomian Indonesia termasuk pada berbagai sektor dengan data yang ditunjukkan berikut per 2018 jumlah unit usaha UMKM 64,1% juta (99,9%). Jumlah tenaga kerja, UMKM berkontribusi per 2018 total 120,6 juta orang dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 juta (97%). Jumlah kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 8.573.895 Milyar (61,07%). Kontribusi terhadap ekspor non migas, dengan jumlah kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas sebesar 293.840 Milyar (14,37%). Terakhir, kontribusi terhadap investasi, UMKM berkontribusi 2.564.549 Milyar (60,42%). Kasnelly, S & Luthfi, A (2021) berdasarkan data dan asosiasi UMKM Indonesia Tahun 2019 kontribusi UMKM terhadap PDB menyentuh 60,3% dan di tahun 2020 mengalami penurunan sangat signifikan mencapai 37,3% sebagai kondisi keterpurukan akibat pandemi serta menjadi kontribusi terendah UMKM sepanjang masa terhadap PDB Indonesia. Maka penulis menyimpulkan bahwa UMKM berdampak sangat signifikan terhadap PDB. Disini pemerintah perlu selalu mendorong dan berupaya keras supaya UMKM di Indonesia kembali meningkat dan berjaya setelah pandemi covid 19.

Situasi pandemi memberikan situasi berbeda pada UMKM. Dalam situasi pandemi KemenkopUMKM (dalam Thaha, A) (2020) menyampaikan di situasi pandemi ini ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa terdampak serius akibat adanya pandemi. Penurunan terjadi pada penjualan barang sebanyak 56%, penurunan aspek pembiayaan 22 persen, terdampak pada aspek pendistribusian barang 15%, dan 4% bermasalah dalam pemenuhan bahan baku. Kondisi dampak ini terjadi karena seperti yang telah kita ketahui, sektor UMKM di Indonesia pada tahun 2020 mengalami kemerosotan akibat pandemi covid 19. Hal ini dilatar belakangi diberlakukannya peraturan pemerintah dalam pembatasan sosial di

beberapa daerah Indonesia untuk menekan penyebaran covid 19 yang menyebabkan terhentinya laju perekonomian negara untuk sementara waktu dan berimbas pada peningkatan pengangguran di Indonesia (Ilmi, N, 2021). Penulis menyimpulkan bahwa, masa pandemi telah memberikan dampak yang besar dalam keberlangsungan UMKM. Terbukti dengan data yang tersebutkan diatas bahwa ada beberapa pelaku usaha kecil yang mengalami penurunan mulai dari penurunan volume penjualan, penurunan aspek pembiayaan, keterlambatan dan hambatan dalam distribusi barang, serta ada yang mengalami permasalahan dalam pemenuhan bahan baku sehingga usaha produksi mengalami hambatan. Penerapan peraturan pemerintah dalam memutuskan mata rantai penyebaran virus ini, seperti PSBB juga *Physical Distancing* telah menyebabkan penurunan pada keberlangsungan usaha kecil UMKM khususnya pada produk makanan dan minuman. Kondisi ini berlangsung sejak pertengahan tahun 2020 dan hingga saat ini sekitar pertengahan tahun 2022, namun mulai mengalami kondisi yang mulai membaik saat ini. Seolah bisa dibaca bahwa pandemi akan segera berakhir.

2. Digitalisasi Marketing

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan pemasaran produknya dengan tidak hanya menggunakan metode pemasaran offline tapi juga menginjak pada metode pemasaran online. Era digitalisasi saat ini telah mengajak pelaku usaha kecil untuk terus mengikuti metode pemasaran yang berkembang saat ini. Metode pemasaran online dengan kata lainnya *digital marketing* merupakan metode yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis saat ini dengan menemui pelanggan atau konsumen mereka melalui media online dan tidak monoton harus bertatap muka dengan konsumen pada setiap transaksi yang dilakukan antara produsen dan konsumen.

Proses pemasaran sebagai media yang menjembatani individu atau kelompok mendapatkan yang diinginkan dan yang dibutuhkan dengan memproduksi, melakukan proses penawaran, mempromosikan. Penawaran produk pada konsumen melalui pertimbangan penetapan harga yang menarik, pendistribusian yang mudah, proses promosi yang efektif, mempertahankan pelanggan dengan tetap menjaga kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan.

Peran UMKM yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, hal ini mendorong UMKM untuk terus mampu eksis dan berkembang mengikuti perkembangan teknologi. UMKM diharapkan ikut berpartisipasi dalam proses pemasaran dengan media online serta tidak hanya memasarkan produk di media offline. Penggunaan media online dengan menghubungkan pada media internet akan memperluas jaringan pemasaran produk yang kemudian tidak hanya dikenal oleh masyarakat di domisili UMKM tersebut namun juga bisa ,eluas hingga seluruh prlosok bahkan yang tidak dapat dijangkau untuk menemui konsumennya dalam menjual produk dapat menjumpai konsumen dengan media online tersebut. Setiawan, B (2018) pentingnya UMKM mulai memasuki digitalisasi sesuai dengan laporan *Delotte Acces Economics* tentang UKM pemicu kemajuan Indonesia, menerangkan bahwa tingkat penggunaan teknologi digital pelaku UMKM masih sangat rendah.

Menggalakkan pemasaran digital juga sangat penting ketika kita dihadapkan pada situasi pandemi beberapa tahun kemaren yang hingga saat ini belum usai sepenuhnya. Kita ketahui pandemi covid-19 yang berlangsung sejak pertengahan 2020 sampai pertengahan tahun ini UMKM mengalami masalah berat. Sebagai sektor ekonomi yang paling terdampak akibat

<https://www.doi.org/10.xx>

pandemi ini, UMKM sempat mengalami kemunduran dan tidak sedikit usaha makanan dan minuman dari UMKM yang kemudian mengalami gulung tikar dikarenakan pemasukan menurun yang disebabkan penurunan volume penjualan dikarenakan konsumen lebih banyak berdiam di rumah sebagai dampak dari peraturan pemerintah yang menerapkan pemutusan mata rantai penyebaran virus covid 19. Jika kondisi pandemi tidak disikapi UMKM untuk menggalakkan pemasaran digital, maka akan menyebabkan UMKM semakin terpuruk. Karna itu perlu kiranya pelaku usaha untuk terus meng *up date* kemampuan digital nya sehingga tidak menjadi asing terhadap teknologi yang bisa digunakan untuk proses pemasaran online atas produknya. Kasnelly, S & Luthfi, A (2021) penurunan omzet penjualan UMKM di masa pandemi menuntut UMKM untuk terus berupaya bertahan, beradaptasi, dan berinovasi karena bila tidak maka UMKM tidak mampu bertahan. Kemudian pemerintah mendorong UMKM dengan menggalakkan pemberdayaan UMKM melalui program dorongan UMKM untuk *go digital*, mempermudah regulasi perizinan usaha, guna mendorong UMKM semakin tumbuh sehingga dapat mengatasi kemiskinan dan mengurangi pengangguran.

Berdasarkan data penelitian Setiawan, B (2018) pelaku usaha sudah menggunakan internet dalam sektor usahanya, namun belum begitu *familiar*. Sebanyak 36% UMKM belum terkoneksi dengan internet (*offline*), 37% UMKM hanya menggunakan internet untuk keperluan yang sangat mendasar (*basic online*) seperti menggunakan internet hanya untuk keperluan media sosial, 18% UMKM sudah pada level menengah (*intermediate online*) artinya pelaku usaha tidak hanya terlibat di media sosial tetapi juga sudah bisa menginterpretasikan sosial media dengan pelanggan produk mereka. Lebih jauh lagi, 9% UMKM yang sudah memaksimalkan peran internet untuk memperkenalkan produk mereka (*advanced online*). Berdasarkan temuan tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa dari sekian banyak UMKM masih sedikit UMKM sekitar 9% usaha kecil yang menggunakan internet sebagai media utama dalam memperkenalkan produk mereka secara maksimal (*advanced online*), selebihnya dari para pelaku usaha masih menggunakan internet sebatas keperluan mendasar saja (*basic online*). Hal ini menyebabkan dirasa perlunya pelaku usaha untuk lebih *familiar* terhadap pemasaran digital yang banyak memberikan manfaat produk dikenal, terjual, dan dapat memberikan manfaat dalam keberlangsungan usaha yang dijalankan, harapannya dapat terus menjaga keberlangsungan roda perekonomian masyarakat.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi membawa imbas pada dunia pemasaran. Pemasaran yang kita ketahui semula didominasi pemasaran offline kini telah bertransformasi pada metode pemasaran digital (online). Strategi pemasaran ini memudahkan konsumen atau pelanggan untuk dapat mengakses informasi produk melalui media online dengan jaringan internet. Purwana, D (2017) *Digital Marketing* adalah kegiatan promosi dan proses mencari pasar melalui penggunaan media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana jejaring sosial. Akan terjadi proses pemasaran interaktif antara produsen dan konsumen, perantara pasar, dan calon konsumen. Disini akan terjalin interaksi yang tidak terbatas geografis dan waktu. Penulis menyimpulkan bahwa pemasaran dengan media digital ini merupakan proses pemasaran yang sangat mudah bagi pelaku usaha menemui pelanggannya. Melalui kemampuan dan kreativitas yang dimiliki proses penyajian promosi atau memperkenalkan produk dapat dikemas semenarik mungkin sehingga konsumen atau pelanggan dapat memperoleh visualisasi produk yang jelas dengan bantuan keterangan yang

memberi persuasif pada calon konsumen untuk tertarik dan memesan atau membeli produk yang di pasarkan.

Ada beberapa *platform* yang sering digunakan dalam proses pemasaran digital. Berupa media sosial dan jejaring sosial dengan masing-masing karakteristik media sosial tersebut. Seperti media sosial yang menjalin pertemanan facebook, instagram, twitter. Ada pula media sosial yang bersifat menjalin relasi seperti linkedin, yang bersifat pribadi seperti *e-mail*. Kemp (dalam Purwana, D) (2017) *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per januari 2017 adalah youtube (49%), *facebook* (48%), instagram (39%), twitter (38%), whatsapp (38%), dan google (36%), sisanya ditempati berurutan oleh fb messenger, line, linkedin, BBM, pinterest, dan wechat.

3. Peran Pemerintah dalam Perkembangan UMKM

Berkaitan dengan dukungan pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan sebagai stabilitor atas kondisi perekonomian yang salah satu sektornya adalah UMKM, maka pemerintah perlu memberikan beberapa stimulus, peninjauan, dan pembinaan untuk proses keberlangsungan UMKM sebelum pandemi, ketika pandemi berlangsung, maupun setelah pandemi berlalu dalam proses stabilisasi perekonomian ke kondisi normal. Kasnelly, S (2021) berkaitan dengan adanya pandemi covid 19 kebijakan-kebijakan yang diberikan pemerintah sebagai bentuk stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan modal, keringanan pembayaran listrik, serta dukungan keringanan pembiayaan lainnya. Selain itu pemerintah juga menyediakan insentif melalui program pemulihan ekonomi nasional (PEN) yang dilakukan sejak 2020 hingga saat ini. Berkaitan dengan dana pemulihan ekonomi nasional (PEN) ini disampaikan dalam penelitian Kartiko, N & Rachmawati, N (2021) mengingat pentingnya kontribusi UMKM dalam perekonomian, langkah-langkah strategis pemerintah diberlakukan seperti pemerintah memberikan bantuan program UMKM berupa pemulihan ekonomi nasional (PEN) dengan total anggaran 123,47 triliun. Dana ini teralokasikan guna mensubsidi bunga, penempatan dana untuk restrukturisasi kredit, peminjaman modal kerja, dan pembiayaan investasi kepada koperasi. Sarfiah, S, et.al (2019) sebagai bentuk penguatan UMKM Bank Indonesia mengeluarkan ketentuan dengan mewajibkan pada perbankan untuk mengalokasikan kredit atau pembiayaan kepada UMKM mulai tahun 2015 sebesar 5% dari semua sektor UMKM, tahun 2016 sebesar 10%, tahun 2017 sebesar 15%, dan pada akhir 2018 sebesar 20%. Ketentuan ini menunjukkan pemerintah dan Bank Indonesia sangat merespon perkembangan UMKM sebagai pilar pembangunan ekonomi. Penulis menyimpulkan bahwa ada berbagai kemudahan yang pemerintah berikan kepada pelaku usaha dalam menstimulus dan mendukung perkembangan serta pertumbuhan UMKM. Mulai dari kemudahan pendanaan, pembiayaan, pemasaran, aksestabilitas dari produk menjangkau konsumen, dan lain sebagainya. Ini menjadi bukti bahwa pemerintah benar-benar mengharapkan UMKM konsisten berperan sebagai pilar dalam perekonomian, didukung dengan beberapa data pendukung yang merekapitulasi kontribusi UMKM dalam perekonomian, sebelum dan pemulihan krisis moneter 1997 maupun saat pandemi sampai pada geliat UMKM bangun dari kondisi pandemi yang telah banyak memberikan dampak penurunan PDB yang signifikan.

Tidak hanya pemerintah pusat, pemerintah daerahpun diseluruh daerah wilayah penjurut tanah air, juga memberikan dukungan dalam menstimulus perkembangan usaha kecil meski harus menghadapi berbagai situasi dan kondisi yang sulit di prediksi karena berdasarkan perkembangan perekonomian. Pemerintah provinsi Bali misalnya berkomitmen dalam bentuk

<https://www.doi.org/10.xx>

dukungan pada industri UMKM melalui beberapa program yang dicanangkan untuk menjaga keluwesan UMKM tumbuh, berkembang, dan terus berkontribusi dalam perekonomian sebagai pilar setelah usai dari krisis maupun pandemi seperti saat ini. Adnyani, N, et.al (2021) pemerintah provinsi Bali berkomitmen memberi dukungan kepada industri kreatif khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah terutama bagi UMKM melalui dukungan regulasi seperti peraturan gubernur Bali No. 79 Tahun 2018 dan peraturan gubernur Bali No. 99 Tahun 2018 yang ditujukan untuk mendukung penggunaan dan konsumsi produk lokal Bali. Selain hal tersebut, pemerintah setempat juga memudahkan proses penggunaan investasi di Bali guna mendongkrak perekonomian. Peningkatan sumber daya manusia dilakukan dengan serangkaian pelatihan dan workshop sesuai dengan bidang yang dikembangkan. Pemodal dapat dengan mudah mendapatkannya pelaku usaha sebagai kerjasama kebijakan dari pemerintah dan lembaga keuangan. Dukungan pemasaran melalui aksesibilitas pemasaran produk dengan menggalakkan berbagai program dan kampanye untuk memperluas akses pasar. Promosi dan program pasar yang terjangkau serta program pendukung lainnya seperti *explore Bali* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk lokal lebih dekat lagi dengan masyarakat. Beberapa pendapat di atas memberikan gambaran bagaimana pemerintah dan pihak terkait terus mendukung perkembangan dan kemajuan industri ekonomi kreatif melalui pengembangan dan pembinaan, pengarahan dan penyediaan jaminan keberlangsungan usaha kecil seperti UMKM dengan tekad, motivasi, dan semangat juang para pelaku bisnis disertai dukungan pemerintah dan pihak terkait ini harapannya keterpurukan akibat pandemi dalam perekonomian, ataupun kondisi lain yang bisa saja terjadi dikemudian hari diluar prediksi, maka pelaku usaha tetap termotivasi kuat untuk terus mengembangkan usaha melalui segala kemudahan yang diberikan pemerintah baik dari segi kemudahan izin usaha, kemudahan permodalan, pembiayaan, aksesibilitas pemasaran yang lebih luas, pembinaan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan yang tidak mudah dalam persaingan UMKM kedepannya.

Beberapa pelaku usaha sering mengeluhkan proses pengurusan izin usaha yang mereka hadapi mengalami kesulitan. Kondisi tersebut sudah ditiadakan oleh pemerintah sebagai bentuk dukungan pertumbuhan ekonomi kreatif dalam UMKM sebagai pilar perekonomian dan stabilitor setelah usai dari krisis maupun pandemi. Patma, T (2021) aspek perizinan usaha ditujukan untuk : 1). Menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu ; 2). Membebaskan biaya perizinan bagi usaha mikro dan keringanan biaya perizinan bagi usaha kecil. Proses pendampingan izin usaha dapat diperoleh dengan mudah melalui kelengkapan persyaratan sesuai ketentuan seperti KTP, KK, dan surat izin usaha ke kantor kecamatan setempat. Fasilitas yang diberikan pemerintah dalam keberlangsungan usaha kedepannya ini melalui berbagai upaya sangat berdampak positif dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yang dapat mengentaskan kemiskinan serta membuka lapangan kerja, mengurangi pengangguran, menstabiliskan kondisi perekonomian, serta sebagai pilar perekonomian bangsa. Ketika pelaku usaha memiliki surat izin usaha maka secara langsung yang bersangkutan akan memiliki perlindungan secara hukum serta operasional bisnis dapat dijalankan secara aman dan nyaman. Kemudahan untuk memperoleh bantuan modal serta akses pembiayaan usaha melalui kelompok usaha yang nantinya akan mengkoordinir ke pihak instansi terkait. Pembinaan sumber daya manusia atau pekerja mengenai peningkatan *skill* dapat diakses dengan mudah informasi mengenai kapan pihak instansi terkait mengadakan seminar, pelatihan, pembinaan, pendampingan dalam peningkatan kualitas pekerja (*labour*).

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan hasil kesimpulan atas penelitian yang dilakukan dengan uraian kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM sebagai pilar perekonomian dengan kontribusi yang besar terhadap perekonomian serta menjadi stabilisator perekonomian selepas masa krisis ekonomi maupun selepas masa pandemi.
2. Kemajuan teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk lebih *familiar* dengan berbagai *platform* pemasaran online dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan serta memberi harapan untuk keberlangsungan UMKM tetap eksis kedepannya
3. Pemerintah sebagai pihak pemangku kebijakan perlu terus melakukan program dan kegiatan untuk mendukung industri ekonomi kreatif terus tumbuh, sumber daya manusia dengan *skill* yang lebih baik, kualitas industri kreatif yang bisa meluas serta dikenal masyarakat baik didalam negeri maupun di luar negeri.

Saran

Saran disampaikan penulis bertujuan untuk lebih baiknya motivasi pelaku usaha, perkembangan aspek UMKM serta kajian bagi penulis selanjutnya :

1. Pelaku usaha perlu terus men *up grade* kemampuan nya dalam teknologi informasi untuk bisa memasarkan produknya melalui online dan tidak hanya dengan metode pemasaran offline (konvensional).
2. Pemerintah terus mengoptimalkan dukungan bagi keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) agar tetap menjadi pendukung bagi perekonomian dengan kontribusinya yang terus meningkat.
3. Hasil pemikiran ini semoga bisa menjadi masukan bagi penulis selanjutnya yang menggunakan objek kajian yang serupa atau lebih disempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Mitra Wacana Media.
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139–146.
- Andayani, N, et. a. (2021). Optimalisasi Peran UMKM Pengrajin Handycraft dalam Menunjang Opetrasionalisasi Usaha di Masa Pandemi. *Proceeding Senadimas Undiksha*.
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107.
- Kasnelly, S., & Luthfi, H. A. (2021). Peranan Pemberdayaan UMKM Dalam Pemulihan Sosial Ekonomi Nasional. *Prosiding Sembadha*, 2, 351–355.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Sarfiah, S, et. a. (2019). UMKM sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*.
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2).

<https://www.doi.org/10.xx>

- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Siregar, M., Siregar, N. A., Kartikaningsih, R., & Purnama, I. (2021). STRATEGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI RANTAUPRAPAT. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 1(3).
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33–64.
- Suparyanto. (2013). *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Alfabeta.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.



unindra
universitas indraprasta PGRI



KOLEJ UNIVERSITI SELANGOR
ISLAM ANTARABANGSA
الكلية الجامعية الإسلامية العالمية
INTERNATIONAL ISLAMIC UNIVERSITY COLLEGE SELANGOR



جامعة السلطان الشريف علي الإسلامية
UNIVERSITI ISLAM SULTAN SHARIF ALI

This certificate is awarded to:

Anindita Trinura Novitasari

as:

PANELIST

with a paper entitled

MSME as a Pillar of Economy

in panel discussion themed

Implementing Education dan Economic Standard Throughout ASEAN Nations

on Education and Economics Science Meet (Duconomics Sci-meet) 2022

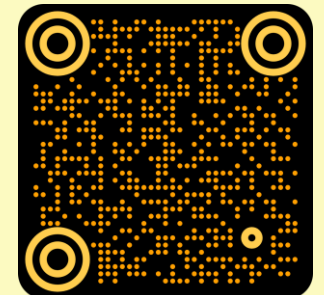
Jakarta, July 4 2022

Chairman
Pusat Kajian Ilmu Ekonomi

Adeng Hudaya, S.Si., M.Pd.

Chief Committee

Hamzah Robbani, SEI., MM.



Scan here to check the validity of the certificate. Names not listed in the list are not valid participants.