

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM DI SURAKARTA

Hartono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret

Deny Dwi Hartomo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very significant impact on the Indonesian economy. Therefore, it is important to do research in order to determine the condition of current performance and analyze the factors that influence the development of MSMEs and to provide strategic advice on the development of MSMEs in Surakarta. Long-term goal is the development of MSMEs in Surakarta in the future as measured from the increase in sales, so the SMEs entrepreneurs increase revenue, reduce unemployment and ultimately can reduce the level of poverty in Surakarta by particular and Indonesia by general.

The study took a sample of 91 MSMEs entrepreneurs spread across five districts in the city of Surakarta. Each district taken by SMEs entrepreneurs with purposive sampling method. Mapping MSMEs performance conditions were analyzed descriptively to describe various aspects such as firm age, labor, raw materials, capital and problems faced. While the factors that influence the development of MSMEs were statistically analyzed with multiple regression models.

The results showed that the performance of the mapping conditions of SMEs in Surakarta average face problems in raw material costs, labor costs and promotion costs, as well as in the capital. Capital cost and total variable evidenced by the positive and significant impact on the development of the business. While the age factor and the company's workforce does not have a significant influence on the development of SME. It can be understood that the main problem in SMEs are raw materials and capital. There is a type of business that is not easy to obtain raw materials in the market. Therefore SME development strategy with more emphasis on the supply of raw material, marketing, production, and capital.

Key words: *MSMEs, performance, business development, strategy, mapping.*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat besar dan signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Oleh karena itu penting untuk dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kondisi kinerja saat ini dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM serta memberikan rekomendasi strategi pengembangan UMKM di Surakarta. Tujuan jangka panjangnya adalah berkembangnya UMKM di Surakarta di masa yang akan datang yang diukur dari peningkatan penjualannya, sehingga pendapatan pengusaha UMKM meningkat, mengurangi jumlah pengangguran dan akhirnya dapat menurunkan tingkat kemiskinan di Surakarta khususnya dan di Indonesia pada umumnya.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 91 pengusaha UMKM yang tersebar di 5 kecamatan di Kota Surakarta. Setiap kecamatan diambil pengusaha UMKM dengan metode purposive sampling. Pemetaan kondisi kinerja UMKM dianalisis secara deskriptif dengan mendeskripsikan berbagai aspek seperti umur perusahaan, tenaga kerja, bahan baku, modal kerja dan permasalahan yang dihadapi. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM dianalisis secara statistik dengan model regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pemetaan kondisi kinerja UMKM di Surakarta rata-rata menghadapi permasalahan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya promosi, serta dalam permodalan. Variabel total biaya dan modal dibuktikan dengan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Sedangkan faktor umur perusahaan dan jumlah tenaga kerja tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM. Hal ini bisa dipahami bahwa permasalahan utama dalam UMKM adalah bahan baku dan modal. Ada jenis usaha yang bahan bakunya tidak mudah diperoleh di pasar. Oleh karena itu strategi pengembangan usaha UMKM lebih ditekankan pada pemenuhan bahan baku, pemasaran, produksi, dan permodalan.

Kata kunci: UMKM, kinerja, perkembangan usaha, strategi, pemetaan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha mikro yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal. Hal ini mengindikasikan gejala informalisasi perekonomian. Tenaga kerja yang tidak berhasil diserap oleh sektor formal akan beralih ke sektor informal.

Menteri Koperasi dan UMKM pada sidang pleno ISEI di Bandung tanggal 21 Juli 2010, mengemukakan bahwa jumlah UMKM

di Indonesia pada tahun 2009 mencapai 51,257 juta unit atau 99,99% dari total pelaku usaha yang jumlahnya mencapai 51,261 juta. UMKM di Indonesia memberikan kontribusi pada PDB sebesar Rp. 2.609,36 triliun atau 55,56%, dengan jumlah ekspor sebesar Rp. 183,76 triliun atau 20.17% dari total ekspor non migas. Jumlah tenaga kerja yang terlibat yang terlibat dalam UMKM adalah sebesar 90,9 juta orang atau 97,04% dari total jumlah tenaga kerja. Sedangkan investasi yang dilakukan oleh UMKM mencapai Rp. 222,74

triliyun atau sebesar 51,80% dari total investasi.

Dari data yang dikemukakan di atas maka tidak aneh kalau dikatakan UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Namun demikian disebutkan pula bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh usaha mikro antara lain adalah:

1. Rendahnya tingkat pendapatan. Rata-rata pendapatan mereka adalah Rp 885.000,- per bulan (BPS, 2006)
2. Legalitas usaha tidak memadai
3. Terbatasnya kapasitas usaha mikro untuk mengakses permodalan, informasi teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya.
4. Lemahnya kompetensi kewirausahaan
5. Lokasi usaha yang tidak pasti

Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah:

1. Rendahnya akses terhadap sumber daya produktif. UMKM yang melakukan ekspor hanya 0,13% (BPS, 2005)
2. Rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, 64% dari pelaku UMKM hanya tamat SD (BPS, 2005)
3. Rendahnya produktivitas. Produktivitas UMKM hanya 0,014% dari produktivitas besar, dan 56% dari produktivitas secara nasional (BPS, 2005 – 2007)
4. Rendahnya daya saing. UMKM Indonesia hanya 3,5 dari maksimum skor 10, (APEC, 2006)

Melihat besarnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dan permasalahan secara nasional yang dihadapi oleh UMKM,

maka perlu melakukan penelitian tentang perkembangan UMKM di Kota Surakarta dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian UMKM di Surakarta ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Melakukan pemetaan kondisi kinerja UMKM di Surakarta dan mengidentifikasi masalah yang dihadapi
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta
3. Memberikan rekomendasi strategi dan kebijakan pengembangan UMKM di Surakarta

TELAAH PUSTAKA

Konsep dan Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai definisi yang beragam dengan rumusan tentang usaha kecil dalam berbagai variasi nama, misalnya (1) Biro Pusat Statistik (BPS) menggunakan kriteria jumlah orang yang dipekerjakan; (2) Kementerian Perindustrian, menggunakan kriteria finansial semacam investasi modal untuk mesin dan peralatan serta investasi per tenaga kerja; (3) Bank Indonesia, menggunakan kriteria finansial, semacam kekayaan dan omzet; (4) Kementerian Perdagangan menggunakan kriteria maksimum modal aktif untuk usaha dagang; (5) KADIN (Kamar Dagang dan Industri) menggunakan kriteria modal, yang disesuaikan dengan sektor-sektor ekonomi. (Martin Huseini,dkk, 2003: 167-8). Ragam pengertian umum Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengertian Umum Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Lembaga	Istilah	Pengertian Umum
UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil	Usaha Kecil	Aset ≤ Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan. Omzet ≤ Rp. 1 Milyar/tahun
BPS	Usaha Mikro	Pekerja < 5 orang, termasuk tenaga kerja keluarga
	Usaha Kecil	Pekerja 5 – 19 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 20 – 99 orang
Menteri Negara Koperasi dan UMKM	Usaha Mikro	Aset < Rp 200 juta di luar tanah dan bangunan Omzet < Rp 1 Milyar/ tahun
	Usaha Menengah	Aset > Rp 200 Juta Omzet Rp 1 – 10 Milyar
Bank Indonesia	Usaha Mikro	Usaha produktif dengan hasil penjualan maksimum Rp 100 juta / tahun
	Usaha Kecil	Kegiatan ekonomi rakyat dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan maksimum Rp 1 milyar/tahun
	Usaha Menengah	Usaha dengan kriteria memiliki kekayaan bersih 1 – 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
Bank Dunia	Usaha Mikro	Pekerja < 10 orang Aset < \$ 100.000 Omzet < \$ 100.000 per tahun
	Usaha Kecil	Pekerja < 50 orang Aset < \$3 Juta Omzet < 3 juta per tahun
	Usaha Menengah	Pekerja < 300 orang Aset < \$ 15 juta Omzet < \$ 15 juta per tahun

Sumber : Krisnamurthi, 2003

Dari beragamnya pengertian UMKM ini dapat diartikan adanya kepedulian dari Pemerintah, DPR, Lembaga Pemerintahan, dan Perbankan dalam memberdayakan UMKM, meskipun dari sudut pandang yang berbeda. Namun disisi lain menyebabkan adanya tumpang tindih terhadap implementasi berbagai program dan ketidakefisienan dalam pemanfaatan dana.

Hetifah Syaifuddin, (dalam Krisnamurthi, 2003) mengungkapkan “siapa” yang dimaksud dengan UMKM adalah sebagai berikut:

1. UMKM adalah usaha rakyat yang nilai kapitalnya relatif kecil, lambat melakukan ekspansi, tidak tahan *dumping* dan modal sering terpakai untuk kebutuhan rumah tangga.
2. Dari segi personil, UMKM adalah usaha yang sering dilakukan secara mandiri (*self employment*), tidak menuntut ketrampilan yang tinggi, lemah latar belakang bisnis maupun akademis dan kurang wawasan perkembangan di luar.
3. Dari segi manajemen, UMKM adalah usaha yang rentan terhadap pesaing, pasif dan tanpa integrasi dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan kontrol.
4. Dari segi sarana dan teknologi yang terbatas dan seringkali *out of date*, mudah diungguli pesaing dan mengalami

- kesulitan manajerial maupun finansial dalam pengembangan teknologi.
5. Dari segi kontrol sosial ekonomi, iklan tidak mendorong orang memakai produk usaha rakyat karena gengsi serta sering mengalami kesulitan menembus pasar yang lebih luas karena tidak standarnya produk dibanding dengan produk usaha besar.
 6. Dari segi sistem produksi, UMKM memiliki produktivitas yang rendah, seringkali menggantungkan diri pada pekerja keluarga tak dibayar dan sulit mengembangkan desain produknya.
 7. Dari segi institusi dan pengorganisasian, usaha rakyat umumnya berpandangan bahwa bisnis adalah tanggung jawab individu sehingga tidak disadari pentingnya berorganisasi dan karena sangat tersebar, sulit dikaitkan satu sama lain.

Kendala Pengembangan UMKM

Masalah yang masih krusial dihadapi oleh UMKM di antaranya adalah masih rendahnya permodalan. UMKM masih menghadapi kendala dalam menambah permodalan, baik untuk modal kerja maupun modal investasi. Dalam hal ini terdapat keengganan pihak perbankan dalam memberikan kredit kepada UMKM. Untuk membantu permodalan bagi UMKM ini pemerintah telah mewajibkan kepada perbankan untuk menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR ditujukan untuk memperluas akses kredit Perbankan bagi UMKM yang produktif, layak namun belum *bankable*.

Ketentuan dalam Program KUR untuk Usaha Mikro (Menteri Koperasi dan UMKM, 2010) adalah:

1. KUR Mikro dengan plafon kredit maksimal Rp 5 juta.
2. Suku bunga KUR Mikro maksimal 22%
3. KUR Mikro tidak diwajibkan memakai agunan

4. KUR Mikro tidak diperlukan pengecekan Sistem Informasi Debitur

5. Pemerintah menargetkan penyaluran KUR Rp 20 triliun per tahun sampai dengan Tahun 2014.

Kesulitan dalam masalah permodalan, membawa ke masalah mendasar yang mempengaruhi proses inovasi dan transformasi UMKM, mengimbas pula pada kesulitan dalam pemasaran terutama dari segi pengenalan pasar, penentuan harga, negosiasi, serta jalur distribusi dan penjualan (Lincoln Arsyad, 2003). Di samping itu, pengusaha kecil pada umumnya tidak dapat mempromosikan produknya melalui media massa, karena volume pendapatan produksi yang tidak mampu menutup biaya promosi. Apabila terdapat biaya promosi, media yang dipilih biasanya yang muruah dan mencakup daerah yang sempit, seperti radio swasta daerah, selebaran, atau mobil dengan megaphone (Theresia Trisanti, 2001).

Kendala lain yang cukup krusial adalah kesulitan bahan baku, terutama UMKM di sektor *processing*, dan *manufacturing*. Hal ini dapat terjadi akibat minimnya modal kerja sehingga semua transaksi harus dilaksanakan dalam bentuk uang tunai. Misalnya pengusaha garmen kesulitan untuk memperoleh benang atau pengusaha kecap kesulitan bahan baku kedelai, karena sedikitnya penawaran atau kalau ada harganya relative mahal. Di sisi lain, fasilitas perlengkapan produksi seperti control kualitas, gudang tempat penyimpanan, alat distribusi sering tidak dimiliki oleh pengusaha UMKM. Akibat perlengkapan yang kurang lengkap ini berdampak pada terbatasnya jumlah, jenis dan variasi produk yang dihasilkan sehingga produk yang dihasilkan menjadi statis dan tidak mampu lagi untuk bersaing di pasar (Hershkovich dan Harper, 2005).

Berbagai kendala lainnya yang masih sering ditemui pada UMKM adalah masih rendahnya kualitas SDM, yang tercermin

dari kurang berkembangnya perilaku kewirausahaan, lemahnya kaderisasi, kreativitas, disiplin, etos kerja, dan profesionalisme. Berbagai kendala tersebut, menyebabkan sangat rentannya UMKM dalam menghadapi persaingan. Pengalaman menunjukkan bahwa eksistensi UMKM yang terancam bahkan mati sebelum bersentuhan dengan iklim liberalisasi perdagangan dunia.

Tantangan UMKM

Lingkungan ekonomi internasional di saat ini dan mendatang berubah sangat cepat. Dengan dikembangkannya Teknologi Informasi (TI), seperti internet, CD-rom, komunikasi satelit, maka informasi dari satu negara ke negara lain dalam sekejap dapat berpindah. Dampak dari percepatan informasi ini, dapat dirasakan dalam kehidupan ekonomi, keuangan, dan jasa telekomunikasi.

Dengan demikian, melalui TI usaha bisnis lebih berpeluang meningkatkan daya saing sekaligus memenangkan persaingan yang semakin ketat. Persoalannya, masih sedikit UMKM yang memanfaatkan TI. Menurut Eko Wahyudi (Direktur Pembinaan Koperasi dan UMKM Bappenas), menyatakan bahwa dari 245 ribu unit UMKM potensial di Indonesia, hanya 12% saja yang sudah memanfaatkan TI. Lemahnya akses terhadap TI mengakibatkan banyak peluang bisnis tidak bias dimanfaatkan.

Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah liberalisasi ekonomi dan globalisasi. Secara formal liberalisasi di tingkat Asia Tenggara (AFTA) pada tahun 2003, di tingkat Asia Pasifik (APEC) pada tahun 2010, dan di tingkat dunia pada tahun 2020. Hal ini membawa sejumlah tantangan bagi pengembangan UMKM, yaitu:

1. Semakin ketatnya persaingan pasar domestic. Produk UMKM akan semakin bersaing dengan produk luar negeri. Pesaing luar negeri relative memiliki keunggulan dalam manajemen,

penguasaan teknologi, sumberdaya manusia, keuangan, akses pasar, dan akses lainnya.

2. Persaingan tidak hanya di pasar output tetapi juga di pasar input. Dengan segala keunggulannya, para ekspatriat lebih mudah memanfaatkan kekayaan sumberdaya alam Indonesia, sehingga kekayaan alam kita lebih banyak dinikmati oleh asing dari pada bangsa sendiri.
3. Pemerintah tidak bias bertindak melakukan intervensi guna melindungi UMKM, baik melalui pemberian subsidi ataupun proteksi lainnya.

Menteri Koperasi dan UMKM dalam Sidang Pleno ISEI di Bandung (2010) mengemukakan bahwa tantangan yang dihadapi UMKM adalah:

1. Adanya Globalisasi, dimana persainagn semakin tajam, termasuk dalam memperoleh sumberdaya.
2. Pengembangan UMKM bersifat lintas sektoral/ multidimensi, sehingga membutuhkan perencanaan yang sistemik dan partisipatif.
3. Menjaga daya saing UMKM sebagai industry kreatif dengan desain dan kualitas produk melalui aplikasi iptek dan kewirausahaan.
4. Perlu diversifikasi output dan stabilitas pendapatan Usaha Mikro, agar tidak "jatuh" ke kelompok masyarakat miskin.
5. Mengembalikan koperasi sebagai pilihan kelembagaan usaha produktif masyarakat yang: (1) mengayomi kepentingan bersama; dan (2) memberikan nilai tambah, perbaikan posisi tawar dan peningkatan akses terhadap sumberdaya produktif.

Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM merupakan bagian integral dai pembangunan nasional untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang demokratis, adil dan makmur sesuai dengan amanat konstitusi UUD 1945.

Pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menciptakan peluang usaha seluas-luasnya, serta menjamin adanya mekanisme pasar yang sehat. Dalam rangka penumbuhan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM, maka diperlukan serangkaian kebijakanekonomi makro, kebijakan sektoral dan kebijakan pembangunan daerah yang saling melengkapi, selaras dan sinergi dalam rangka memberdayakan UMKM. Kebijakan pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM tidak berada pada suatu instansi tertentu, dan cenderung tersebar pada berbagai instansi. Untuk itu, diperlukan kemampuan advokasi, persuasi dan koordinasi dengan instansi lain untuk menumbuhkan iklim berusaha yang kondusif bagi UMKM.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di kota Surakarta yang terdiri dari Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Karakteristik UMKM dalam penelitian ini menggunakan definisi dari Bank Indonesia yaitu:

1. Usaha Mikro, dengan kriteria hasil penjualan secara individu paling banyak Rp.100 juta per tahun
2. Usaha Kecil, dengan kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 miliar.
3. Usaha Menengah, dengan kriteria kekayaan bersih lebih dari Rp 200 juta sampai paling banyak Rp 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Dari jumlah populasi yang tersebar di 5 Kecamatan di Surakarta, keseluruhan sampel yang diambil adalah 91 UMKM. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu

pengambilan sampel dengan mendasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria sampel yang diambil adalah : (1) responden bersedia untuk mengisi kuesioner dan bersedia di wawancarai; (2) responden masuk dalam kelompok UMKM sesuai dengan criteria populasinya; (3) domisili usaha responden ada di kota Surakarta; dan (4) memiliki data yang lengkap. Dari hasil survey di lapangan jumlah sampel yang layak untuk dianalisis adalah sebanyak 91 UMKM terdiri dari:

- | | |
|---------------------------|------------------|
| 1. Kecamatan Laweyan | : 15 UMKM |
| 2. Kecamatan Pasar Kliwon | : 17 UMKM |
| 3. Kecamatan Serengan | : 21 UMKM |
| 4. Kecamatan Banjarsari | : 19 UMKM |
| 5. Kecamatan Jebres | : <u>19 UMKM</u> |
| Jumlah responden | : 91 UMKM |

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan seperangkat kuesioner yang disebarakan kepada: (1) Pelaku Usaha Mikro; (2) Pelaku Usaha Kecil; (3) Pelaku Usaha Menengah. Data primer yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dengan menggunakan perangkat daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis, yang antara lain mencakup informasi-informasi sebagai berikut:

- a. Jenis usaha (produksi, perdagangan, atau jasa)
- b. Lokasi (Kalurahan, Kecamatan)
- c. Jumlah pengusaha (Mikro, Kecil, Menengah, yang mengacu pada kriteria Bank Indonesia)
- d. Umur perusahaan (sejak kapan usaha mulai ada di lokasi yang bersangkutan)
- e. Jumlah tenaga kerja berdasarkan tingkat pendidikan
- f. Jumlah pinjaman yang diterima dari perbankan/ lembaga keuangan
- g. Omzet penjualan selama 5 tahun terakhir.
- h. Jumlah dan jenis bahan baku yang digunakan

- i. Pembinaan yang pernah diterima (teknis, manajemen, pemasaran, promosi, bantuan modal)
- j. Aspek produksi (jangkauan pemasaran dan prospek pasar)
- k. Aspek legalitas usaha
- l. Intervensi yang diperlukan (kelembagaan, kebijakan, bantuan teknis, sarana promosi, diversifikasi produk)
- m. Faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha
- n. Dan sebagainya

Dalam pengumpulan data ini menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNS Program S1 sebanyak 4 orang selama 2 minggu. Kendala yang mereka hadapi adalah sulitnya untuk mewawancarai mereka karena pendidikan yang rendah dan datanya yang tidak terdokumentasi dengan baik khususnya untuk usaha mikro.

Data sekunder berupa data statistik atau publikasi resmi yang diperoleh dari dinas/instansi teknis, Pemda, BPS, atau lembaga lain yang terkait, serta hasil-hasil penelitian UMKM. Data sekunder yang diambil misalnya data PDRB, jumlah penduduk dan komposisinya, luas wilayah, jumlah bank dan lembaga keuangan, dan sebagainya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner.

Dalam hal ini responden diberikan kuesioner untuk diisi. Namun demikian disadari karena tingkat pendidikan responden pada umumnya rendah khususnya Usaha Mikro maka dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner dipandu oleh petugas lapangan. Atas dasar jawaban mereka maka petugas lapangan akan mengisikan jawaban tersebut ke kuesionernya. Sedangkan untuk responden yang bisa menjawab dan mengisikan sendiri maka kuesioner akan diserahkan dan bisa ditunggu

dalam mengisinya atau ditinggal dan diambil lain hari.

2. Wawancara.

Petugas lapangan akan melakukan wawancara kepada responden sehubungan dengan adanya pertanyaan yang terbuka dan memerlukan penjelasan lebih lanjut. Hasil wawancara akan dilakukan pencatatan seperlunya.

3. Observasi.

Petugas akan melakukan pengamatan pada kegiatan usahanya baik yang melakukan proses produksi maupun dalam bidang perdagangan. Hasil pengamatan dilakukan pencatatan seperlunya.

Difinisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM, maka digunakan variable sebagai berikut:

1. Variabel dependen sebagai proksi dari perkembangan usaha adalah Peningkatan Penjualan.
2. Variabel independen terdiri atas:
 - a. Umur Perusahaan.
Umur perusahaan dihitung dalam tahun sejak berdiri sampai dilakukan penelitian ini.
 - b. Tenaga Kerja.
Tenaga Kerja adalah orang yang terlibat dalam operasional perusahaan baik yang berstatus keluarga maupun orang lain. Tenaga Kerja diukur dari jumlah tenaga kerja yang berpendidikan SLA keatas.
 - c. Total Biaya.
Total biaya diukur melalui penjumlahan dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan promosi.
 - d. Modal.
Modal adalah jumlah dana yang digunakan untuk menjalankan operasional perusahaan yang berasal dari dana sendiri maupun pinjaman.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi dasar yang menggambarkan keadaan sampel, dengan menggunakan pendekatan identifikasi gambaran sifat (deskripsi),

identifikasi sebab-sebab dari suatu kondisi (tabulasi silang), dan melacak factor yang menjadi prioritas. Sedangkan pengujian pengaruh umur perusahaan, tenaga kerja, bahan baku, dan modal kerja terhadap perkembangan usaha / peningkatan penjualan dianalisis dengan menggunakan model Regresi Berganda sebagai berikut:

$$\text{Ln_Penjualan} = \beta_0 + \beta_1\text{Umur} + \beta_2\text{Tenaker} + \beta_3\text{Ln_Biaya} + \beta_4\text{Ln_Modal} + e$$

Keterangan:

- Ln_Penjualan = Logaritma natural dari Kenaikan Penjualan
- Umur = Umur Perusahaan
- Tenaker = Jumlah Tenaga Kerja
- Ln_Biaya = Logaritma natural dari Total Biaya
- Ln_Modal = Logaritma natural dari Modal Kerja
- β_0 = konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi
- e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Identitas UMKM di Surakarta

1. Jenis Usaha

Jenis usaha UMKM di Kota Surakarta yang terdiri dari 5 Kecamatan, yaitu Laweyan, Pasar Kliwon, Serengan, Jebres, dan Banjarsari (tabel 5.1).

Tabel 2. Jenis Usaha UMKM di Surakarta

No	Kecamatan	Industri	Perdagangan	Jasa	Jumlah
1	Laweyan	4	6	5	15
2	Pasar Kliwon	4	13	0	17
3	Serengan	5	13	3	21
4	Jebres	2	4	13	19
5	Banjarsari	1	9	9	19
	Jumlah	16	45	30	91
	Prosentase	18%	49%	33%	100%

Sumber: Data lapangan

Dari tabel 2 terlihat berdasarkan sampel yang diambil di lima kecamatan di Surakarta yang paling banyak adalah jenis usaha perdagangan sebesar 49%, kemudian jasa sebesar 33% dan sisanya jenis industri sebesar 18%. Jenis usaha perdagangan yang paling banyak dilakukan oleh UMKM seperti misalnya usaha makanan, aksesoris, pakaian. Hal ini dapat dipahami karena

membuka jenis usaha perdagangan yang lebih mudah dilakukan. Lain halnya dengan industri, usaha ini memerlukan modal yang besar dan diperlukan akses yang luas baik pengadaan bahan baku, pemasaran dan proses produksinya. Tetapi jenis usaha industri inilah yang memberikan peluang lebih besar untuk berkembang menjadi besar. Sedangkan jenis usaha jasa lebih

banyak di bidang usaha laundry, servis dan cuci kendaraan.

2. Jenis Kelamin

Dari segi jenis kelamin, ternyata lebih banyak kaum laki-laki yang bergerak di UMKM. Perincian jenis kelamin yang berusaha di UMKM di Surakarta terinci seperti tabel 3.

Tabel 3. Jenis Kelamin UMKM di Surakarta

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Laweyan	13	2	15
2	Pasar Kliwon	3	14	17
3	Serengan	15	6	21
4	Jebres	15	4	19
5	Banjarsari	14	5	19
	Jumlah	60	31	91
	Prosentase	66%	34%	100%

Sumber: Data lapangan.

Dari tabel 3 terlihat bahwa UMKM yang diteliti ternyata 66% nya dilakukan oleh kaum laki-laki dan sisanya 34% oleh kaum perempuan. Bidang usaha yang dilakukan perempuan kebanyakan adalah perdagangan dan jasa.

3. Pendidikan

Tingkat pendidikan UMKM di Surakarta mulai SD sampai Perguruan Tinggi, yang rinciannya nampak seperti dalam tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan UMKM di Surakarta

No	Kecamatan	SD	SLP	SLA	PERTI	Jumlah
1	Laweyan	0	4	6	5	15
2	Pasar Kliwon	1	1	11	4	17
3	Serengan	4	2	10	5	21
4	Jebres	2	2	10	5	19
5	Banjarsari	1	1	13	4	19
	Jumlah	8	10	50	23	91
	Prosentase	9%	11%	55%	25%	100%

Sumber: Data lapangan

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa dari sisi pendidikan UMKM di Surakarta cukup bagus yaitu yang berpendidikan SLA mencapai 55%, Perguruan Tinggi sebesar 25%, sedangkan yang berpendidikan SD dan SLP hanya sebesar 20%. Hal ini mengindikasikan sebenarnya mereka akan lebih mudah diberikan pembinaan untuk pengembangan usahanya. Sehingga strategi pengembangan usaha yang dirumuskan oleh pihak-pihak terkait akan mudah dipahami.

Diskripsi Kinerja UMKM di Surakarta

1. Ijin Usaha

Seperti UMKM pada umumnya, masalah perijinan atau ijin usaha mereka banyak yang tidak memiliki ijin usaha baik yang berupa TDP (Tanda Daftar Perusahaan), SIUP (Surat Ijin Usaha Perusahaan), ijin HO atau ijin gangguan. Dari 91 UMKM yang diteliti hanya 30 atau 33% UMKM yang memiliki ijin, sisanya sebanyak 61 UMKM atau sebanyak 67% mereka tidak memiliki

ijin usaha. Hal ini akan menjadi kendala manakala mereka menginginkan pinjaman modal dari bank. Karena perbankan selalu mensyaratkan adanya ijin usaha tersebut. Lebih lebih kalau mau ikut tender proyek pemerintah untuk pengadaan atau belanja modal. Masalah perijinan inipun juga menjadi masalah UMKM secara nasional. Hal ini karena sebagian besar UMKM beranggapan sulit mengurus perijinan dan merasa belum memerlukannya.

Demikian pula halnya dengan UMKM di daerah lain juga memiliki karakteristik yang sama yaitu mereka kebanyakan tidak memiliki ijin sesuai dengan aturan yang ada.

2. Statistik Diskriptif

Kinerja UMKM yang diukur dari penjualan, umur perusahaan, bahan baku, tenaga kerja dan modal nampak seperti dalam tabel 5

Tabel 5. Statistik Diskriptif Kinerja UMKM di Surakarta

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean
Penjualan	91	1.000.000	270.000.000	37.091.098
Umur Perusahaan	91	0,25	39	8
Tenaga kerja	91	1	112	4
Total Biaya	91	450.000	211.000.000	17.704.676
Modal	91	800.000	1.500.000.000	76.653.846

Sumber: Data lapangan yang diolah.

Dari tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Penjualan

Penjualan minimum sebesar Rp1.000.000,- adalah UMKM yang bergerak di bidang perdagangan yaitu penjualan aksesoris. UMKM ini berada di daerah Kecamatan Serengan dengan pengusahanya seorang perempuan dan usahanya tidak berijin. Secara ekonomi sebenarnya usaha ini tidak menguntungkan tetapi karena sudah berjalan maka dari pada tidak dimanfaatkan maka usaha ini tetap dijalankan.

Penjualan maximum sebesar Rp 270.000.000,- berasal dari usaha perdagangan makanan. Usaha ini dilakukan oleh seorang laki-laki yang berpendidikan SMA berasal dari daerah Kecamatan Serengan. Usaha ini memiliki ijin usaha dengan tenaga kerja sebanyak 10 orang. Usaha ini mempunyai prospek yang bagus karena

makanan ini digemari oleh masyarakat. Rata-rata penjualan untuk UMKM yang diteliti per bulannya sebesar Rp 37.091.098.

b. Umur Perusahaan

Umur perusahaan UMKM di Surakarta terpendek adalah 0,25 tahun dan terlama adalah 39 tahun. Sesuai dengan sifat UMKM sendiri bahwa UMKM mudah dibuka dan langsung bisa beroperasi, tetapi juga mudah ditutup kalau memang usahanya tidak prospektif. Dengan rata-rata umur mereka 8 tahun menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka sudah lama berusaha di bidangnya. Ada seorang UMKM yang umurnya 39 tahun yang bergerak di bidang usaha jual beli motor.

c. Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja yang dimiliki UMKM yang diteliti di Surakarta minimum 1 orang dan maksimumnya adalah 112 orang. Kebanyakan UMKM

yang memiliki tenaga kerja hanya 1 orang adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa seperti jasa fotocopy, laundry, atau usaha industri kerajinan dengan skala kecil. Sedangkan UMKM yang memiliki tenaga kerja terbanyak yaitu 112 orang adalah usaha perdagangan batik. Usaha ini telah memiliki cabang di beberapa kota bahkan telah melakukan ekspor barang ke Taiwan dan Jepang, sehingga memerlukan tenaga kerja yang banyak.

Sedangkan rata-rata tenaga kerja yang dimiliki UMKM di Surakarta adalah sebanyak 4 orang. Ini mengindikasikan bahwa sebenarnya sektor UMKM tidak banyak menyerap tenaga kerja karena sebagian besar lebih bersifat usaha sampingan atau usaha kecil-kecilan sekedar untuk menambah penghasilan keluarga.

d. Total Biaya

Total biaya terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan promosi. Biaya bahan baku untuk industri berupa bahan mentah yang diolah menjadi barang industri, sedangkan untuk usaha perdagangan yang merupakan biaya bahan baku adalah barang dagangan yang diperdagangkan. Usaha jasa membutuhkan banyak biaya promosi. Nilai minimum untuk total biaya adalah

Rp 450.000,- dan maksimumnya adalah sebesar Rp 211.000.000,-. Perusahaan yang menggunakan bahan baku terbesar tersebut adalah perusahaan konfeksi. Sedangkan yang menggunakan bahan baku terendah adalah usaha jasa fotocopy. Rata-rata pemakaian bahan baku per bulan adalah sebesar Rp 17.704.676.

e. Permodalan

UMKM yang usahanya kecil hanya memerlukan modal yang tidak besar dan biasanya tercukupi dengan modal sendiri. Modal UMKM yang terkecil adalah sebesar Rp 800.000,- yaitu industri pakaian bayi. Sedangkan modal terbesar adalah sebesar Rp 1.500.000.000,- dengan usaha jasa persewaan futsal. Usaha jasa persewaan futsal memang memerlukan modal yang besar karena untuk pembuatan lapangan. Untuk usaha jasa ini telah memiliki ijin usaha. Rata-rata modal yang dimiliki oleh UMKM yang diteliti adalah sebesar Rp76.653.846.

Analisis Regresi Berganda

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM di Surakarta digunakan model analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Ln_Penjualan} = \beta_0 + \beta_1 \text{Umur} + \beta_2 \text{Tenaker} + \beta_3 \text{Ln_Biaya} + \beta_4 \text{Ln_Modal} + e$$

Keterangan:

Ln_Penjualan = Logaritma natural dari Kenaikan Penjualan

Umur = Umur Perusahaan

Tenaker = Jumlah Tenaga Kerja

Ln_Biaya = Logaritma natural dari Total Biaya

Ln_Modal = Logaritma natural dari Modal Kerja

β_0 = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi

e = Error

Berdasarkan model tersebut bahwa kenaikan penjualan sebagai proksi dari perkembangan usaha dipengaruhi oleh:

1. Umur perusahaan yang merupakan proksi dari pengalaman kerja, semakin berpengalaman seseorang menekuni

- bidang usahanya akan semakin luas akses pasarnya sehingga akan dapat meningkatkan omzet penjualannya.
2. Tenaga kerja, semakin banyak tenaga kerjanya berarti semakin besar hasil produksinya bagi usaha industri, atau semakin besar omzetnya bagi usaha perdagangan atau semakin banyak pekerjaan yang ditangani bagi usaha jasa, maka semakin meningkat volume penjualannya.
 3. Total biaya, semakin banyak biaya bahan baku, tenaga kerja dan promosi yang digunakan berarti semakin besar hasil produksinya atau omzet penjualannya.
 4. Modal kerja, yaitu terdiri dari modal sendiri dan hutang. Semakin besar usaha yang dijalani baik usaha industri, perdagangan maupun jasa semakin besar pula modal kerja yang diperlukan untuk menjalankan usaha tersebut. Sehingga penjualannya juga semakin naik.

Tabel 6. Hasil analisis regresi berganda

No	Model	B	T	Sig
1	(Constant)	3,634	2,883	0,005***
2	Umur	0,008	0,847	0,399
3	Tenaker	0,010	1,400	0,165
4	Ln_Biaya	0,692	10,126	0,000***
5	Ln_Modal	0,112	1,840	0,069*

Dependent variable: Ln_Penjualan

Keterangan: ***signifikan pada 1%, **signifikan pada 5%, *signifikan pada 10%

F hit = 36,009

Adj R² = 0,609

Penjelasan dari tabel 6 adalah sebagai berikut:

1. Secara simultan dengan pengujian ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 36,009 adalah signifikan. Ini berarti bahwa secara bersama-sama umur perusahaan, bahan baku, tenaga kerja dan modal kerja mempengaruhi kenaikan penjualan.
2. Adj R² sebesar 0,609 menunjukkan bahwa 60,9% variasi dari kenaikan penjualan ditentukan oleh variasi dari umur perusahaan, bahan baku, tenaga kerja dan modal kerja, sedangkan sisanya sebesar 29,1% ditentukan oleh variabel lainnya, seperti misalnya lokasi, harga produk, pelayanan, kelengkapan produk dan lain sebagainya.
3. Dari analisis regresi tersebut ternyata faktor yang mempengaruhi secara signifikan perkembangan usaha/kenaikan penjualan adalah biaya dan modal kerja. Sedangkan untuk umur perusahaan dan tenaga kerja secara individual tidak signifikan walaupun konsisten dengan koefisien regresinya bertanda positif.
4. Umur perusahaan tidak secara signifikan mempengaruhi kenaikan penjualan dapat dipahami bahwa sesuai dengan karakteristik UMKM yang volume usahanya banyak yang berskala kecil memiliki batas kemampuan untuk meningkatkan penjualannya. Sehingga apakah mereka sudah berusaha selama bertahun-tahun atau baru berdiri tidak banyak mengalami perubahan karena sudah maksimal omzetnya. Hal ini terlihat dari hasil penelitian dengan usaha yang sama misalnya usaha jasa fotocopy yang sudah berdiri 10 tahun

- dengan yang baru buka 1 tahun penjualannya tidak banyak mengalami perubahan.
5. Tenaga kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, dapat dimaknai bahwa dalam tenaga kerja berperan dalam proses produksi. Semakin banyak tenaga kerja, akan semakin banyak pula produksi yang dihasilkan sehingga meningkat pula penjualan.
 6. Total biaya berpengaruh positif dan signifikan. Total biaya yang terdiri dari bahan baku dan promosi berperan sangat penting dalam penjualan. Untuk meningkatkan penjualan dibutuhkan peningkatan produksi, khususnya pada usaha industri ketergantungan pada bahan baku sangat besar. Ada jenis industri tertentu yang baru beroperasi setelah tersedia bahan bakunya karena bahan baku tersebut tidak selalu ada di pasar, misalnya industri sutle chock yang bahan bakunya dari bulu angsa. Industri kerajinan kulit kasusnya juga sama dimana produksinya tergantung dari bahan kulit binatang ternak. Industri semacam ini berapapun produksi yang dihasilkan dapat terjual di pasar tetapi produksinya tergantung pada tersedianya bahan baku.
 7. Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan pada kenaikan penjualan, ini lebih disebabkan karena industri kecil dan menengah banyak memerlukan modal kerja dan kapasitas usahanya juga terbatas. Modal didapatkan dari modal dari pemilik maupun dari pinjaman dari bank.
1. Bagi UMKM yang yang menghasilkan produk tertentu seperti sutle kock, kerajinan kulit, dan handicraft, mengalami kesulitan dalam pengadaan bahan baku.
 2. UMKM mengalami kesulitan dalam melakukan akses terhadap pasar luar daerah apalagi ekspor, akses perbankan / lembaga keuangan dan akses sumber daya produktif lainnya.
 3. Rendahnya produktivitas, khususnya bagi tenaga kerja di bagian produksi. Sedangkan untuk jenis usaha yang memerlukan tenaga terampil atau yang memerlukan keahlian khusus seperti pekerjaan yang menuntut bakat dan seni mengalami kesulitan untuk menambah tenaga kerja.
 4. UMKM masih banyak menggunakan dana pinjaman yang berbunga tinggi, khususnya usaha kecil dan menengah yang memang memerlukan tambahan modal kerja.
 5. Selama ini belum banyak UMKM yang memperoleh pelatihan atau pembinaan yang dilakukan oleh dinas/lembaga yang terkait dengan pengembangan UMKM khususnya di Surakarta. UMKM yang mendapatkan perhatian dan telah mendapatkan pembinaan dari dinas terkait adalah UMKM yang menghasilkan produk berorientasi ekspor seperti furniture, handicraft, batik, dan produk-produk unggulan lainnya. Sedangkan untuk usaha mikro belum banyak tersentuh oleh program pembinaan dari pemerintah.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Surakarta

Dari hasil wawancara di lapangan pada waktu dilakukan survey dtelah diinventarisir berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang diteliti di Surakarta sebagai berikut:

Strategi Pengembangan UMKM di Surakarta

Dengan mendasarkan pada permasalahan UMKM di Surakarta yang telah diinventarisir pada saat survey lapangan dan hasil analisis regresi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM, maka secara garis besarnya dapat

dirumuskan strategi pengembangannya sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi permasalahan kesulitan bahan baku bagi industri, khususnya industri rumah tangga dan kerajinan, pemerintah melalui dinas terkait perlu memfasilitasi peneydiaan bahan baku dengan membentuk koperasi pengadaan bahan baku yang khusus mengemban tugas untuk melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat menyediakan bahan baku. Karena bahan bakunya sendiri bersifat tahan lama maka koperasi dengan sumber dana dari pinjaman pemerintah dapat melakukan stock bahan baku sesuai dengan kebutuhan selama periode tertentu.
2. Untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja yang terampil dan memerlukan keahlian khusus, maka melauai dinas terkait tersebut dapat melakukan pelatihan/ training dengan materi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, dan pesertanya direkrut dari orang – orang yang berminat untuk bekerja di bidang usaha sesuai denganyang diperlukan. Hal ini penting agar program pelatihan yang dilakukan tidak sia-sia.
3. Melalui dinas terkait perlu membuka akses baru untuk perluasan pasar dan peningkatan permodalan. Pihak terkait yang disertai pembinaan UMKM dapat menggandeng perbankan/lembaga keuangan untuk akses permodalan dan asosiasi-asosiasi untuk akses pasar dan bahan baku.
4. Perlunya peningkatan ketrampilan manajerial bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Hal ini dapat dilakukan denga bekerjasama dengan Perguruan Tinggi dalam melakukan pelatihan manajemen bagi UMKM. Karena di Perguruan Tinggi juga memiliki kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi salah satunya adalah Pengabdian Pada Masyarakat.

SIMPULAN

Simpulan

1. UMKM di Surakarta yang tersebar di 5 Kecamatan mengalami perkembangan usaha dilihat dari adanya peningkatan penjualan dibandingkan tahun sebelumnya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan adalah biaya dan modal yang ada. Hal ini dilihat dari hasil analisis regresinya bahwa kedua faktor tersebut yang berpengaruh positif secara signifikan. Sedangkan umur perusahaan dan jumlah tenaga kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
3. Secara simultan memang semua variabel yaitu umur perusahaan, total biaya, jumlah tenaga kerja dan modal kerja berpengaruh terhadap perkembangan usaha UMKM yang diteliti di Surakarta.
4. Pada umumnya UMKM di Surakarta mempunyai masalah pada biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya promosi, serta permasalahan penyediaan modal.
5. Strategi pengembangan usaha bagi UMKM lebih dikonsentrasikan pada biaya bahan baku, promosi, tenaga kerja, dan permodalan.

Saran

1. Untuk pengembangan usaha UMKM di Surakarta sebaiknya Dinas/Lembaga yang menangani pembinaan UMKM hanya satu lembaga, sehingga lebih fokus dan lebih tepat sasaran. Anggaran yang ada baik dari Pemkot, Pemprov maupun dari Pemerintah Pusat dapat lebih berdaya guna.
2. Strategi pengembangan usaha perlu dibuat berdasarkan jenis industrinya maupun kelompok usahanya, misalnya usaha mikro berbeda dengan usaha

- kecil dan juga berbeda dengan usaha menengah.
3. Dalam penelitian lanjutan nantinya juga perlu diperluas sampelnya dan diusahakan lebih banyak jenis usahanya adalah industri, karena industri ini yang memungkinkan untuk dikembangkan lebih jauh bahkan dapat diupayakan berorientasi ekspor.
- ISEI Cabang Bandung. 2010. *Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia*. Disampaikan pada Sidang Pleno ISEI ke XIV di Bandung, 21 Juli.
- Krisna murthi, Bayu. 2003. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah: Ekonomi Rakyat dengan Cara Berekonomi Mereka Sendiri. *Proceeding*. Kongres XV ISEI di Malang, 13-15 Juli.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2005. *Statistik Indonesia (Statistical Year Book of Indonesia)*. Jakarta: BPS
- Bappenas-GTZ RED. 2004. Pertumbuhan Badan Usaha yang Berkesinambungan. *Kumpulan Makalah* yang disampaikan pada Pelatihan BDS (*Business Development Service*) di Surakarta, 16-27 Pebruari.
- Bank Indonesia. 2006. *Pemetaan Keragaman UMKM di Wilayah Eks. Karesidenan Surakarta*. Bank Indonesia Cabang Surakarta.
- Haerhkovich, Harpe. 2005. Can a Small Company Really be a Winner in the Current Global Company Area. *Entrepreneurship Journal*. Vol 23, April.
- Lincoln Arsyad. 2003. Prospek Pengembangan Industri Kecil di Indonesia. *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 10 Th XXIII, Oktober.
- Martani Huseini, dkk. 2003. Pengembangan Usaha Berskala Kecil di Indonesia *Analisis CSIS* No. 02 Th XXII, Maret-April, hal. 151-176.
- Menteri Koperasi dan UMKM. 2010. *Revitalisasi UMKM untuk Menggerakkan Perekonomian Nasional*. Disampaikan pada Sidang ISEI ke XIV di Bandung, 21 Juli.
- Theresia Trisanti. 2001. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan pada Saat Krisis Ekonomi. *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 8 Th XX, Agustus