

Peran UMKM Dalam Meningkatkan Keuangan Di Indonesia

Chavin A Hutauruk *1

Emilestari Gulo ²

Dona Krisela Gultom ³

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Indonesia

*e-mail: chavinalexander@students.polmed.ac.id¹, donakrisela@students.polmed.ac.id²,
emilestarigulo@students.polmed.ac.id³

Abstrak

UMKM di Indonesia menghadapi tantangan pengelolaan keuangan tidak terstandar dan rendahnya adopsi keuangan digital, meskipun transaksi harian cukup stabil di berbagai daerah. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor yang memengaruhi kontribusi UMKM ke sistem keuangan formal serta merumuskan strategi optimalisasi literasi keuangan dan IMC sebagai solusi adopsi pembayaran digital bagi UMKM beranggaran terbatas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif studi kasus pada pelaku UMKM sektor kuliner dan ritel di beberapa kota di Indonesia (7–16 Oktober 2025), dengan data primer melalui observasi dan wawancara tidak terstruktur serta data sekunder dari publikasi ilmiah dan statistik UMKM nasional. Hasil menunjukkan bahwa financial knowledge meningkatkan efisiensi modal dan akses pembiayaan, sedangkan media sosial dan IMC mempercepat adopsi pembayaran digital serta transparansi transaksi. UMKM berperan penting sebagai penyumbang utama PDB nasional, penyerapan tenaga kerja terbesar, dan potensi devisa di sektor digital kreatif dan kuliner. Penelitian menyimpulkan bahwa keterbatasan literasi dan modal dapat diatasi melalui penguatan SDM, perluasan KUR, dan IMC berbasis media sosial. Implikasi penelitian menekankan sinergi kebijakan inklusi digital, pendampingan akademik, dan strategi IMC sebagai model keuangan adaptif untuk stabilitas ekonomi riil yang berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM Indonesia, Keuangan Digital, Literasi Keuangan, IMC, KUR

Abstract

MSMEs in Indonesia face challenges of unstandardized financial management and low adoption of digital finance, despite stable daily transactions across regions. This research aims to analyze factors influencing MSMEs' contribution to the formal financial system and formulate strategies to optimize financial literacy and IMC as solutions for digital payment adoption among low-budget MSMEs. The research uses a descriptive qualitative case study method on MSMEs in the culinary and retail sectors in several cities in Indonesia (7–16 October 2025), with primary data collected through observation and unstructured interviews, and secondary data from scientific publications and national MSME statistics. The results show that financial knowledge improves capital efficiency and access to financing, while social media and IMC accelerate digital payment adoption and transaction transparency. MSMEs play a crucial role as the main contributor to national GDP, the largest absorber of labor, and a significant foreign exchange potential in the creative digital and culinary sectors. The research concludes that literacy and capital limitations can be addressed through human resource development, expansion of KUR (People's Business Credit), and social media-based IMC. The implication emphasizes the need for synergy between digital financial inclusion policies, academic assistance, and IMC strategies as an adaptive financial model for low-cost micro-MSMEs to support sustainable real sector economic stability.

Keywords: MSMEs Indonesia, Digital Finance, Financial Literacy, IMC, KUR

PENDAHULUAN

Ada peran dalam strategis yang dapat dimainkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai inti ekonomi Indonesia yang bertanggung jawab atas pembangunan ekonomi negara. Seperti yang ditunjukkan oleh data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia dan berkontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB nasional. Namun meskipun memiliki peran strategis, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka, salah satunya adalah lemahnya sistem pengelolaan keuangan. Sistem informasi akuntansi adalah seperangkat kesatuan dari subsistem yang saling terkait dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyiapkan, mengubah serta mendistribusikan informasi

untuk perencanaan, dan pengambil keputusan serta pengendalian. Sistem informasi akuntansi merupakan bagian dari sebuah organisasi yang bertugas untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, mengolah, menganalisis, dan menyampaikan informasi keuangan yang relevan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan.

UMKM memegang peran strategis sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi dominan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja nasional. Meskipun menjadi pilar ekonomi, banyak UMKM masih menghadapi kendala keberlanjutan usaha, terutama akibat rendahnya pengetahuan keuangan. Financial knowledge, yang meliputi pemahaman pengelolaan kas, tabungan, pinjaman, investasi, dan asuransi, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM serta meningkatkan efisiensi alokasi modal dan akses pembiayaan eksternal. Media sosial juga berperan sebagai faktor penguat (moderasi) yang mampu memperkuat dampak literasi keuangan terhadap kinerja usaha melalui percepatan arus informasi dan perluasan pasar digital.

Fungsi utama dari sistem informasi akuntansi adalah memproses transaksi keuangan serta berbagai data terkait yang memiliki pengaruh langsung terhadap jalannya transaksi keuangan (Suwarni & Handayani, (2021). Sistem informasi akuntansi sendiri terdiri dari tiga subsistem utama, yaitu:

1. Sistem Pemrosesan Transaksi, yang bertanggung jawab untuk mencatat dan mengolah data transaksi yang terjadi dalam operasional Perusahaan.
2. Sistem Pelaporan Buku Besar, yang digunakan untuk menyusun laporan keuangan.
3. sistem pelaporan manajemen, yang menyediakan informasi penting dalam manajemen

Pengelolaan keuangan yang baik merupakan fondasi bagi keberhasilan sebuah usaha. Dalam konteks UMKM, penyusunan laporan keuangan menjadi aspek penting yang tidak hanya mencakup pencatatan transaksi, tetapi juga membantu pelaku usaha untuk memahami kondisi keuangan mereka secara keseluruhan. Sayangnya, banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan praktik penyusunan laporan keuangan secara benar. Faktor seperti kurangnya pemahaman terhadap pentingnya laporan keuangan, rendahnya literasi keuangan dan minimnya pelatihan menjadi penghambat utama. Akibatnya, mereka sering kali tidak memiliki gambaran yang jelas mengenai arus kas, aset, maupun kewajiban yang dimiliki. Ketiadaan laporan keuangan yang baik dapat berdampak pada kemampuan UMKM dalam mengevaluasi kinerja usaha.

Tanpa adanya data yang terstruktur, pelaku UMKM kesulitan untuk mengidentifikasi produk atau layanan yang memberikan keuntungan terbesar. Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dan menyumbang sekitar 61,07% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan lebih dari 97% dari total tenaga kerja di negara itu. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sering mengalami masalah menyatukan uang usaha dan biaya hidup. Akibatnya, mereka tidak dapat memprediksi pendapatan dan laba bersih bisnis mereka serta membuat kesalahan dalam manajemen keuangan saat memiliki utang. Selain itu, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) percaya bahwa tidak perlu membuat laporan keuangan—bahkan yang paling dasar—untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana operasi bisnis mereka berjalan. Studi putri (2022) menunjukkan bahwa pengusaha kecil tidak tahu banyak tentang akuntansi. Akibatnya, mereka tidak tahu seberapa penting pencatatan dan pembukuan untuk kelangsungan hidup mereka. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pengelolaan keuangan mereka dan menilai kemajuan bisnis mereka, mereka harus dididik tentang keuangan syariah.

Selanjutnya, usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang beragam dalam sistem keuangan nasional. Sebagai penyerap tenaga kerja terbesar, UMKM berperan dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan distribusi pendapatan masyarakat karena mereka menciptakan nilai tambah besar melalui produksi barang dan jasa. Namun, UMKM di Indonesi

masih menghadapi banyak masalah yang menghalangi mereka untuk optimalisasi operasi mereka. Karena keterbatasan agunan dan laporan keuangan yang tidak memadai, sebagian besar UMKM menghadapi kesulitan mendapatkan kredit dari perbankan formal. Penelitian sebelumnya juga mendukung peran UMKM. Sari (2021) mengatakan bahwa UMKM sangat berperan dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Putra (2022) mengatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai lebih dari 60%, menunjukkan dominasi sektor ini dalam ekonomi.

Sementara itu, Dewi dan Andini (2023) menjelaskan bahwa UMKM meningkatkan ekonomi dan menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat. Temuan-temuan tersebut memperkuat dasar penelitian ini berkaitan dengan fungsi bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan keuangan di Indonesia." Namun, penelitian ini lebih baru karena berfokus pada peran UMKM dalam meningkatkan keuangan nasional secara lebih komprehensif. Penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan aspek PDB dan tenaga kerja, tetapi ini berfokus pada hubungan UMKM dengan penerimaan pajak, stabilitas keuangan negara, ekspor devisa, dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Memahami peran UMKM di tengah tantangan globalisasi, digitalisasi, dan persaingan pasar internasional sangat penting. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) telah menjadi pilar utama perekonomian Indonesia setelah pandemi COVID-19. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam memperkuat sektor UMKM sebagai fondasi keuangan bangsa dengan melihat manfaat, hambatan, dan peluang pengembangan UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan:

1. Menjelaskan peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kontribusi UMKM terhadap sistem keuangan nasional.
3. Memberikan gambaran serta strategi sederhana dalam mengoptimalkan peran UMKM dalam stabilitas keuangan negara, baik melalui peningkatan PDB, penerimaan pajak, maupun pemerataan pendapatan dalam masyarakat.

Strategi Integrated Marketing Communication terbukti berperan penting dalam mendorong adopsi layanan keuangan digital melalui kombinasi saluran promosi yang terintegrasi dan konsisten. Model ini menggabungkan elemen komunikasi pemasaran seperti iklan digital, promosi penjualan, pemasaran media sosial, dan penyampaian pesan terpadu yang selaras di setiap customer touchpoint. Dalam konteks UMKM di Indonesia, pendekatan IMC menjadi faktor yang semakin relevan karena pelaku usaha kecil cenderung memiliki keterbatasan anggaran promosi, sehingga membutuhkan strategi komunikasi yang efisien, terarah, dan mampu membangun kepercayaan konsumen sekaligus mempercepat adopsi teknologi pembayaran maupun layanan kredit digital seperti *paylater*. Adopsi layanan keuangan digital juga dipengaruhi oleh efektivitas penyampaian pesan dan intensitas interaksi dengan konsumen melalui kanal digital. Studi menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi pemasaran yang terintegrasi mampu meningkatkan persepsi manfaat, kepercayaan, dan minat penggunaan layanan keuangan digital. Bagi UMKM, khususnya di sektor perdagangan ritel dan kuliner, integrasi promosi melalui platform seperti *e-wallet*, media sosial, dan marketplace dapat memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan frekuensi pembelian, serta memperbaiki arus kas usaha. Ketika strategi IMC dikombinasikan dengan pemahaman keuangan, UMKM memiliki peluang lebih besar dalam mengoptimalkan modal kerja, memperluas transaksi digital, dan meningkatkan kemampuan perencanaan keuangan berbasis data. Selain itu, penguatan literasi pemasaran digital melalui IMC juga berdampak pada akselerasi transaksi non-tunai di tingkat UMKM. Dengan penyajian informasi promosi yang terpadu dan berulang, konsumen lebih cepat memahami proposisi nilai layanan finansial yang ditawarkan, baik sebagai metode pembayaran maupun opsi kredit jangka pendek. Dampaknya, UMKM dapat memperoleh pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil, peningkatan efisiensi operasional, serta transparansi transaksi yang pada akhirnya memperkuat kapasitas pengelolaan keuangan usaha. Oleh karena itu, IMC tidak hanya berfungsi sebagai

strategi pemasaran, tetapi juga menjadi pendekatan strategis yang mendukung digitalisasi keuangan UMKM dan keberlanjutan kontribusinya pada perekonomian Indonesia.

METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang peran yang dimainkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia. Untuk memastikan bahwa temuan penelitian memberikan gambaran yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, beberapa tahapan metodologis yang sistematis dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian:

Penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan untuk mengungkapkan data statistik, tetapi juga untuk memahami fenomena sosial, ekonomi, dan perilaku para pelaku UMKM secara lebih mendalam. Peneliti dapat menganalisis kontribusi UMKM terhadap peningkatan PDB, pemerataan pendapatan masyarakat, dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini menekankan pada pemahaman makna yang terkandung dalam data yang dikumpulkan, bukan hanya angka atau hasil kuantitatif.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian:

Penelitian ini dilakukan di Medan, salah satu daerah di Indonesia dengan perkembangan UMKM yang cukup pesat. Medan memiliki berbagai jenis usaha kecil dan menengah, mulai dari kuliner hingga perdagangan, hingga kreatif. Penelitian melibatkan pelaku UMKM dan pelanggan yang berpartisipasi dalam ekosistem ekonomi lokal.

Penelitian dimulai pada tanggal 7 Oktober 2025 dan berlangsung hingga 16 Oktober 2025. Untuk mendapatkan gambaran yang lengkap tentang kondisi UMKM di wilayah tersebut, peneliti melakukan observasi, wawancara singkat, dan pengumpulan data melalui dokumentasi selama periode waktu tersebut.

2.3 Sumber dan Jenis Data:

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan dari kegiatan usaha pelaku UMKM dan dari wawancara atau komunikasi singkat dengan pengelola dan pelanggan. Data primer ini memberikan informasi aktual tentang kondisi usaha, tantangan, dan pendekatan yang digunakan pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka. Data sekunder digunakan untuk mendukung hasil penelitian dan memberikan landasan teoritis untuk temuan di lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber resmi, termasuk literatur ilmiah, jurnal penelitian, laporan tahunan UMKM, dan publikasi dari Badan Pusat Statistik (BPS).

2.4 Teknik Pengumpulan Data

- Beberapa teknik digunakan dalam penelitian ini, seperti: Observasi dilakukan secara langsung terhadap operasi usaha UMKM. Ini memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana pelaku usaha mengelola sumber daya mereka, melayani pelanggan, dan menjalankan operasi operasional mereka.
- Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data dan dokumen tertulis, seperti laporan keuangan dan data statistik, serta informasi dari sumber resmi yang berkaitan dengan UMKM. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk melengkapi data hasil observasi untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh.
- Untuk beberapa pelaku UMKM, wawancara tidak terstruktur (opsional) juga dapat dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang motivasi, pengalaman, dan tantangan yang mereka hadapi saat menjalankan usaha mereka.

2.5 metode analisis data

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Analisis dilakukan dalam beberapa tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti memilih dan menyederhanakan data mentah agar lebih sesuai dengan fokus penelitian mereka. Selanjutnya, pada tahap penyajian data, informasi yang telah disusun disajikan dalam bentuk cerita yang secara jelas dan sistematis menggambarkan kondisi dan peran UMKM. Terakhir, pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menafsirkan makna dari hasil observasi dan dokumentasi untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang seberapa besar kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia.

2.6 Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kontribusi UMKM terhadap Sistem Keuangan Nasional.

Tidak hanya jumlah unit usaha yang ada, tetapi juga kualitas, kapasitas, dan integrasi dengan sistem ekonomi formal menentukan kontribusi UMKM terhadap sistem keuangan nasional. Berdasarkan temuan penelitian dan data empiris, terdapat lima faktor utama yang memengaruhi tingkat kontribusi UMKM terhadap sistem keuangan nasional:

1.Modal

Kemampuan UMKM untuk berkembang sangat dipengaruhi oleh modal. Sebagian besar usaha kecil dan menengah (UMKM) merasa sulit untuk mengembangkan bisnis mereka karena mereka tidak memiliki modal yang cukup. Karena mereka tidak memiliki jaminan atau catatan keuangan yang baik, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) yang gagal mendapatkan kredit dari lembaga keuangan. Untuk memastikan bahwa seluruh pelaku UMKM, termasuk di daerah terpencil, mendapatkan manfaat dari program pemerintah seperti KUR dan pembiayaan mikro, perlu perluasan jangkauan.

2.KualifikasiSumberDayaManusia

Untuk mengelola dan mengembangkan bisnis, kualitas SDM yang rendah menjadi masalah. Selain itu, kurangnya pengetahuan keuangan dan kemampuan manajerial membuat sulit bagi UMKM untuk beradaptasi dengan sistem keuangan modern. Dengan meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan, pendampingan bisnis, dan pendidikan kewirausahaan, mereka akan lebih siap untuk berinteraksi dengan lembaga keuangan dan berkontribusi pada sistem ekonomi formal.

3.teknologidan

Dengan kemajuan teknologi, UMKM memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis mereka. Pelaku UMKM dapat melakukan transaksi dan pencatatan keuangan dengan lebih mudah dengan platform digital seperti pasar, sistem pembayaran non-tunai, dan aplikasi keuangan.

Namun, perlu ada peningkatan program digitalisasi nasional agar kontribusi UMKM terhadap sistem keuangan dapat merata. Ini karena masih ada perbedaan digital antara UMKM di kota besar dan di daerah.

4.Dukungan dan Kebijakan dari Pemerintah

Pemerintah dapat mendorong UMKM untuk berpartisipasi lebih aktif dalam sistem keuangan formal melalui regulasi yang sederhana, insentif pajak, subsidi bunga kredit, dan program pelatihan dan promosi. Kebijakan inklusi keuangan juga merupakan strategi penting untuk memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian nasional.

5.Akseskepasardanjaringanbisnis

Faktor pasar menentukan seberapa populer dan diterima produk UMKM oleh masyarakat umum. Jika ada pasar yang luas, transaksi dan sirkulasi uang akan meningkat di sektor UMKM, yang secara tidak langsung meningkatkan kontribusinya terhadap sistem keuangan. Agar UMKM semakin berkembang, pemerintah dan sektor swasta diharapkan

dapat bekerja sama untuk meningkatkan akses ekspor, mengadakan pameran produk lokal, dan mendorong promosi digital.

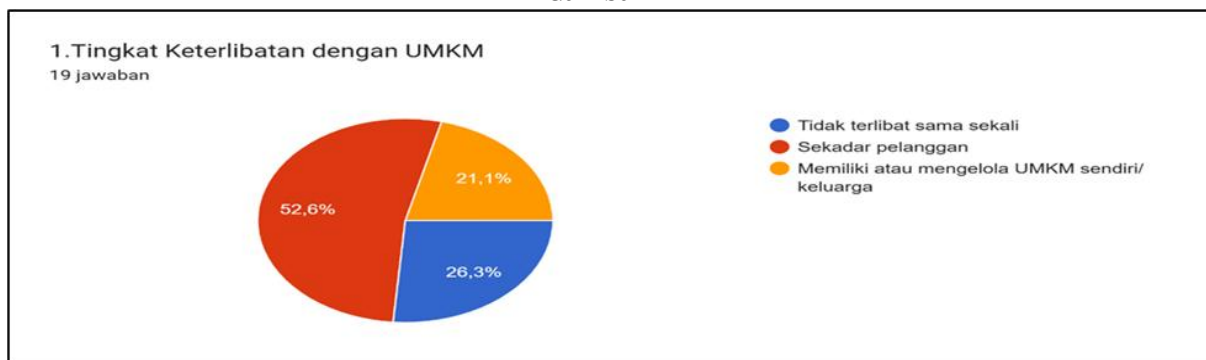
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian UMKM

UMKM mengacu pada pembagian atau kriteria usaha di Indonesia. Hal ini sangat penting karena kriteria tersebut akan memengaruhi penentuan kebijakan bisnis yang relevan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah singkatan dari istilah ini. Menurut Awalil Rizky, usaha mikro adalah usaha uiformal dengan aset, modal, dan keuntungan yang sangat kecil. Selain itu, jenis komiditi usaha ini sering berganti-ganti, memiliki lokasi usaha yang tidak tetap, biasanya tidak dilayani oleh perbankan, dan tidak banyak yang memiliki legalitas bisnis.

Tabel dan Gambar

Gambar 1.



Menurut hasil survei, ada tiga kelompok utama orang yang disurvei dalam penelitian ini: 52,6% dari responden adalah pelanggan UMKM, 21,1% adalah pengelola UMKM, dan 26,3% tidak terlibat langsung dalam kegiatan UMKM tetapi memiliki pemahaman atau pandangan tentang peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. Hasil penelitian lebih objektif di lapangan karena komposisi ini memberikan gambaran yang seimbang tentang pandangan pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat umum.

Gambar 2.



Berdasarkan 19 jawaban, diagram berikut menunjukkan tanggapan responden terhadap gagasan bahwa UMKM adalah sektor yang paling efektif dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Hasil menunjukkan:

- 84,2% orang yang menjawab setuju,
- 15,8 persen orang yang menjawab menyatakan bahwa mereka sangat setuju,
- Dan tidak ada responden yang memilih "sangat tidak setuju" atau "tidak setuju".

Gambar 3.



Pertumbuhan UMKM dan Stabilitas Ekonomi Nasional Pertumbuhan UMKM telah terbukti berkorelasi positif dengan stabilitas nilai tukar rupiah dan keadaan ekonomi nasional. Sektor UMKM secara tidak langsung membantu menjaga stabilitas nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing dengan meningkatkan produksi dalam negeri, ekspor produk lokal, dan penurunan ketergantungan terhadap barang impor. Selain itu, pertumbuhan kegiatan ekonomi UMKM meningkatkan daya beli masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah.

Gambar 4.



Kontribusi UMKM terhadap Penerimaan Pajak Nasional UMKM juga berkontribusi besar pada peningkatan penerimaan pajak nasional, terutama melalui pajak penghasilan (PPh) yang diterima oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ini terjadi meskipun nilai pajak per unit UMKM relatif kecil, tetapi jumlah pelaku UMKM yang sangat besar membuat sektor ini sangat penting bagi pendapatan negara. Pajak yang dibayarkan oleh pelaku UMKM membantu pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan layanan publik di seluruh negeri.

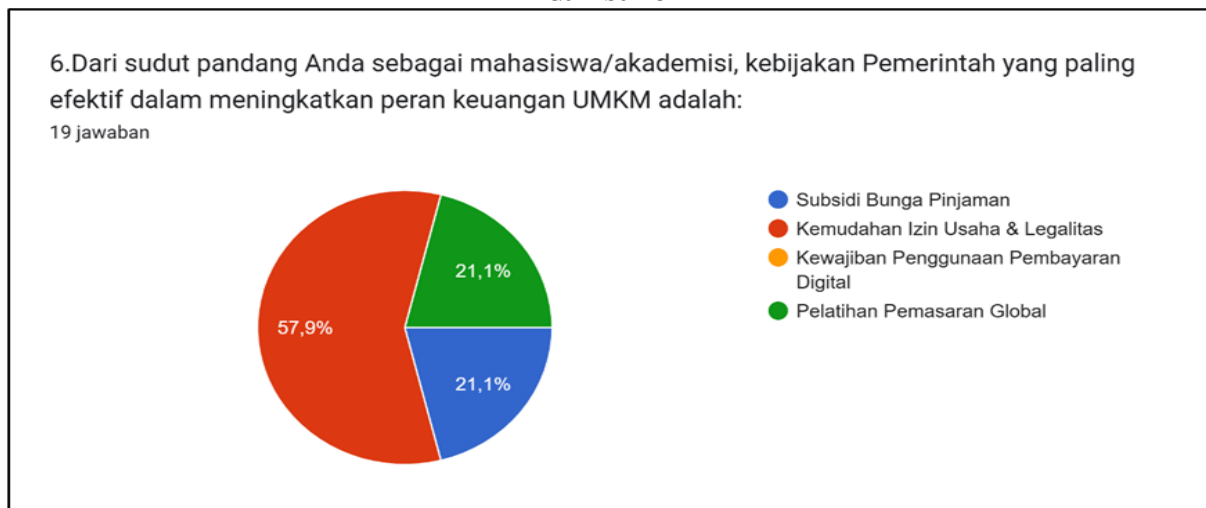
Gambar 5.



Sektor UMKM dengan Potensi Tinggi untuk Meningkatkan Devisa Negara Terdapat tiga 138ocal138 utama UMKM yang memiliki potensi terbesar untuk meningkatkan devisa negara, menurut observasi lapangan:

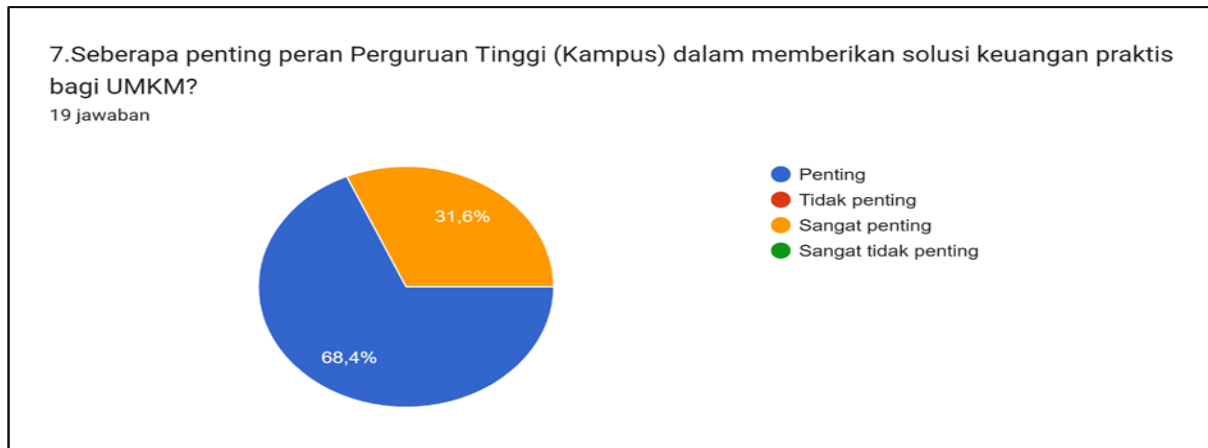
- sektor kuliner (47,4%) karena minat yang meningkat pada makanan dan minuman Indonesia di pasar 138ocal138ry dan internasional.
- Pertanian dan agribisnis (26,3%) berkonsentrasi pada hasil bumi ekspor seperti rempah-rempah, kopi, dan lainnya.
- 26 persen dari 138ocal138ry teknologi kreatif dan digital terdiri dari pengembangan aplikasi, desain digital, dan produk berbasis teknologi yang memiliki kemampuan untuk masuk ke pasar global. Ketiga 138ocal138ry ini dianggap strategis karena mereka dapat menggabungkan potensi 138ocal dengan peluang pasar global yang terus berkembang.

Gambar 6.



- Sederhananya izin usaha dan legalitas (57,9%) mendorong orang untuk membuka bisnis baru.
- Subsidi bunga pinjaman (21,1%), yang membantu UMKM mendapatkan modal usaha dengan bunga rendah, meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing.
- (21,1%) mengikuti pelatihan pemasaran global, yang memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan digital marketing dan memberikan pelaku UMKM akses pasar internasional.

Gambar 7.



- Peran Perguruan Tinggi dalam Pengembangan UMKM: Hasil penelitian menunjukkan bahwa perguruan tinggi (kampus) memainkan peran penting dalam memberikan pendampingan bisnis dan solusi keuangan praktis bagi UMKM. Perguruan tinggi dapat membantu UMKM dalam hal manajemen keuangan, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital. Diharapkan kolaborasi antara dunia usaha dan dunia akademik ini akan mempercepat transformasi UMKM menuju sektor yang lebih modern, produktif, dan berdaya saing di seluruh dunia.

KESIMPULAN

A. kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan perannya yang penting untuk memperkuat perekonomian nasional. UMKM berkontribusi besar pada peningkatan PDB, penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta stabilitas sistem keuangan nasional. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) telah terbukti memiliki korelasi positif dengan kestabilan ekonomi makro, termasuk dalam menjaga nilai tukar rupiah dan meningkatkan daya beli masyarakat dan juga melalui produksi dan distribusi barang dan jasa lokal. UMKM juga berkontribusi pada peningkatan penerimaan pajak nasional dan penguatan sektor riil.

Namun, beberapa hambatan menghalangi kontribusi tersebut. Ini termasuk keterbatasan akses modal, kurangnya pengetahuan keuangan, kurangnya keterampilan manajemen, dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Perkuat sektor UMKM sangat di bantu oleh pemerintah melalui kebijakan inklusif keuangan, izin usaha, dan pelatihan. Secara keseluruhan, cara terbaik untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, menambah lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia adalah dengan mengembangkan sektor UMKM.

B. SARAN

1. Bagi Pemerintah: Agar UMKM dapat mengelola keuangannya secara profesional, pemerintah harus meningkatkan akses pembiayaan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), memperkuat kebijakan yang inklusif secara keuangan, dan memberikan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan.
2. Bagi UMKM: Pelaku usaha diharapkan untuk meningkatkan kemampuan manajerial, memahami tentang keuangan, dan menggunakan teknologi digital untuk pemasaran dan pencatatan keuangan agar lebih efisien dan transparan.

3. Bagi Lembaga Keuangan: Diharapkan untuk meningkatkan jangkauan layanan dan menciptakan produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan lebih mudah diakses oleh pelaku UMKM, terutama di daerah terpencil.
4. Bagi perguruan tinggi: Untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM di era globalisasi, institusi pendidikan harus memperkuat peran mereka sebagai mitra pendamping UMKM melalui kegiatan pengabdian masyarakat, pelatihan kewirausahaan, dan digitalisasi usaha.
5. Bagi Masyarakat: Untuk mendukung perekonomian nasional, masyarakat harus terus mendukung produk lokal UMKM dengan membeli, mempromosikan, dan menggunakan hasil usaha kecil. Kesimpulan harus mengindikasikan hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangan, serta kemungkinan selanjutnya. Kesimpulan harus berupa paragraf, tidak berbentuk point-point.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R., & Andini, M. (2023). Peran UMKM dalam pemerataan pendapatan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 55–66.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Statistik UMKM tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Putra, A. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 10(1), 77–88.
- Sari, D. (2021). Peran UMKM dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(3), 112–120
- Diana f., dkk. (2025). Analisis Peran Penyusunan Laporan Keuangan untuk Meningkatkan Kinerja Usaha UMKM dalam Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*; Vol. 9 No. 3 (2025):Desember;29789-29794 ;2614-3097 ;2614-6754. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/31781>
- Solikin, S., Romdhoni, A. H., & Sumadi, S. (2025). Peran Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*; Vol. 11 No. 02 (2025): JIEI: Vol. 11, No. 02, 2025; 2579-6534; 2477-6157. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17239>
- Wulandari, P., & Suwarni, D. (2021). Analisis Pengaruh Financial Knowledge terhadap Kinerja UMKM dengan Media Sosial sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal, Indonesia*.
- Wulandari, T., & Ibrahim, R. (2023). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of Gopaylater Services. *Communication Science Program, FHSIP Universitas Terbuka, Indonesia*. :contentReference.
- Calista, L., & Wandebori, H. (2024). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of Gopaylater Services. :contentReference.
- Macmud, M., & Hidayat, R. (2020). Marketing Communication Integration on Digital Financial Adoption. :contentReference. Sridevi, M., Aishwarya, S., Nidheesha, A., & Bokadia, D. (n.d.). *Anomaly Detection by Using CFS Subset and Neural Network with WEKA Tools*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-1747-7>