

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
21 November 2020, Hal. 669-676
e-ISSN: 2686-2964

Pembiayaan, pengaturan keuangan dan penetrasi pasar pada KUMKM Plut Yogyakarta

Mahrus Lutfi Adi Kurniawan, Nurul Azizah Az zakiiyyah, Indanazulfa Qurrota A'yun

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Kapas No.9, Semaki, Umbulharjo, Yogyakarta
Email: mahrus.kurniawan@ep.uad.ac.id

ABSTRAK

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau lebih sering dikenal UMKM dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara sangat penting. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa struktur modal UKM khususnya di Indonesia, hampir sebagian besar berdasar pada investasi pribadi. Sangat sedikit, mereka yang berhubungan dengan pihak ketiga untuk mendapatkan dana. Salah satu program pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kapabilitas UMKM adalah Pusat layanan usaha terpadu (PLUT). PLUT adalah lembaga yang menyediakan jasa non-finansial yang menyeluruh dan hubungan bagi koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah (KUMKM) guna untuk meningkatkan kinerja produksi, kinerja pemasaran, akses ke pembiayaan, pengembangan SDM melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan, teknis dan manajerial, serta kinerja kelembagaan dalam rangka meningkatkan daya saing KUMKM. Program ini dilaksanakan di PLUT KUMKM DIY dengan menggunakan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Melalui metode tersebut dapat memberikan wawasan kepada pengelola UMKM tentang bagaimana mengajukan pembiayaan UMKM, melakukan pengelolaan keuangan serta mendapatkan penetrasi pasar yang sesuai dengan kemampuan usaha, terutama dengan memanfaatkan berbagai perkembangan globalisasi seperti penggunaan e-commerce maupun market place. Luaran dari program ini berupa UMKM memiliki legalitas usaha, mengetahui perencanaan keuangan dan mampu memanfaatkan media sosial sebagai penetrasi pasar.

Kata kunci: *Financial management, market penetration, UMKM*

ABSTRACT

The role of Micro, Small and Medium Enterprises or more commonly known as MSMEs in the economic growth of a country is very important. Several previous studies stated that the capital structure of SMEs, especially in Indonesia, was mostly based on private investment. Very few, they are dealing with third parties for funding. One of the government programs aimed at improving the quality and capability of MSMEs is the Integrated Business Service Center (PLUT). PLUT is an institution that provides comprehensive non-financial services and relationships for cooperatives and micro, small and medium enterprises (KUMKM) in order to improve production performance, marketing performance, access to finance, human resource development through entrepreneurial, technical and managerial capacity building, and institutional performance in order to improve the competitiveness of KUMKM. This program is carried out at PLUT KUMKM DIY using the socialization method. The socialization aims to provide insight to MSME managers on how to apply for UMKM financing, carry out financial management and gain market penetration in accordance with

business capabilities, especially by taking advantage of various developments in globalization such as the use of e-commerce and market places. The output of this program is that MSMEs have business legality, know financial planning and are able to utilize social media as market penetration.

Keywords : *Financial management, market penetration, UMKM*

PENDAHULUAN

Selama lima tahun terakhir, menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia stagnan berada di angka 5% dan angka inflasi yang rendah bahkan terdapat deflasi menunjukkan daya beli masyarakat yang turun tidak mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pada angka yang ditargetkan yaitu 7%. Pada tahun 2020, dunia dilanda krisis lebih tajam yang diakibatkan oleh *Coronavirus Disease 2019* atau yang lebih dikenal dengan virus *Covid-19*. Virus ini berdampak tidak hanya ke kesehatan manusia saja melainkan ke berbagai sektor salah satunya sektor ekonomi. Pemerintah merespon dengan berbagai kebijakan untuk menekan angka penularan virus tersebut dengan penerapan *social distancing*, *physical distancing* hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Berbagai kebijakan tersebut nyatanya menjadi sebuah dilema bagi pemerintah, karena harus berhadapan dengan dua pilihan yang berat, yakni menyelamatkan jiwa manusia dari virus atau menyelamatkan perekonomian.

Tidak dapat dipungkiri bahwa sejak diterapkannya *social distancing* hingga PSBB, roda perekonomian mulai bergerak lambat. Dampak yang ditimbulkan begitu sistemik. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Keuangan RI (2020), Pertumbuhan ekonomi Indonesia menurun drastis. Sebelum adanya virus Covid-19, pemerintah memproyeksikan pertumbuhan ekonomi 2020 sebesar 5,3%. Namun setelah adanya virus Covid-19, proyeksi pertumbuhan ekonomi terjun bebas hingga ke 2,3% (kondisi berat) bahkan -0,4% (kondisi sangat berat). Saat ini Indonesia telah mengalami resesi dimana kuartal ke dua dan ketiga menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia minus. Parahnya kondisi ini akibat dari berkurangnya permintaan konsumsi masyarakat dan direspon dengan berkurangnya penawaran. Beberapa perusahaan merespon kondisi tersebut dengan melakukan pengurangan penggunaan tenaga kerja.

Berdasarkan Survey Dampak Darurat Virus Corona terhadap Tenaga Kera Indonesia yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), dari sisi pekerja, terjadi gelombang PHK tenaga kerja dan penurunan pendapatan sebagai akibat terganggunya kegiatan usaha pada sebagian besar sektor. Sebanyak 15,6% pekerja di PHK, sebanyak 40% pekerja mengalami penurunan pendapatan. Dari sisi pengusaha, sebanyak 39,4% usaha terhenti, 57,1% usaha mengalami penurunan produksi dan hanya 3,5% yang tidak terdampak. Sebanyak 41% pengusaha hanya dapat bertahan kurang dari 3 bulan. Sebanyak 24% pengusaha mampu bertahan selama 3-6 bulan, 11% pengusaha mampu bertahan selama 6-12 bulan ke depan dan 24% pengusaha mampu bertahan hingga lebih dari 12 bulan. Tidak berbeda jauh dengan survey yang dilakukan Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) terhadap 6405 responden menunjukkan dampak penurunan penjualan dirasakan oleh seluruh UMKM. Sebanyak 36,7% responden mengakui tidak ada penjualan. Selanjutnya sebanyak 26% responden mengakui terdapat penurunan lebih dari 60%. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan (Dika, 2020).

Kedua survei menunjukkan bahwa sektor yang paling terpukul dari bencana besar ini adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Keberlangsungan kehidupan UMKM sangat bergantung pada tinggi rendahnya konsumsi masyarakat. Banyaknya tenaga kerja yang di PHK menyebabkan pendapatan masyarakat berkurang, sehingga masyarakat lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluarannya. Selanjutnya, mau tidak mau konsumsi

kebutuhan sekunder dan tersier menurun. Hal yang sangat dirasakan oleh UMKM adalah penyerapan produk, ketersediaan bahan baku, dan proses distribusi (Bahtiar & Saragih, 2020), yang selanjutnya mengurangi pendapatan usaha, angsuran mulai tersendat, bahkan gulung tikar karena kehabisan modal (Rulandari et al., 2020).

Tidak ingin kondisi ini semakin parah, pemerintah mulai menerapkan kebijakan Normal Baru atau sering disebut *New Normal*. Kebijakan *New Normal* atau pelonggaran PSBB ini ditandai dengan mulai dibukanya kembali sarana perdagangan dan jasa lainnya yang sebelumnya ditutup. Mulai 1 Juni 2020, skenario *New Normal* mulai diterapkan, dimana salah satunya dengan diterbitkannya Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor HK.02.01/Menkes/335/2020 Tahun 2020 tentang protokol pencegahan penularan *corona virus disease* (Covid-19) di tempat kerja sektor jasa dan perdagangan (area publik) dalam mendukung keberlangsungan usaha. Artinya aktivitas jual beli dilakukan secara normal dengan tetap mengindahkan protokol kesehatan. Mulai dari menjaga kebersihan tempat usaha, penyediaan fasilitas cuci tangan dengan sabun, penggunaan masker, jaga jarak dan pemasangan media informasi pencegahan virus.

Selain penerbitan Surat Edaran Menteri Kesehatan, pemerintah juga menerbitkan kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Kebijakan ini lebih diarahkan pada pemulihan keuangan UMKM. Pemerintah menganggarkan 187,21 triliun rupiah untuk pemulihan UMKM dengan rincian subsidi bunga sebesar 34,15 triliun rupiah, insentif perpajakan (PPh pasal 21 DPT, PPh final UMKM DTP) sebesar 28,06 triliun rupiah, penjaminan untuk kredit modal kerja baru UMKM sebesar 125 triliun rupiah. Dengan berbagai kebijakan tersebut diharapkan kondisi perekonomian, khususnya sektor UMKM kembali pulih. Namun yang dihadapi oleh UMKM tidak hanya pulih saat krisis tapi bagaimana agar UMKM kembali *survive* setelah virus dan krisis ini berlalu. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada *survive* UMKM dalam meningkatkan strategi bisnisnya saat dan setelah pandemi.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha mitra, agar nilai jual dari pelaku usaha UMKM meningkat. Beberapa tahapan yang dilakukan oleh tim adalah:

A. Wawancara dengan PLUT UMKM

Tim melakukan audiensi dan wawancara mendalam dengan PLUT UMKM DIY untuk mengetahui kondisi pelaku UMKM di DIY dan dapat memberikan solusi yang tepat kepada UMKM. Tim dengan PLUT UMKM melakukan diskusi dan mendapatkan informasi tentang kebutuhan UMKM dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi. Setelah mendapatkan informasi dari PLUT UMKM tim melakukan pertanyaan secara *random* kepada pelaku usaha terkait aktivitas usaha dan permasalahan yang dihadapi. Setelah mengidentifikasi permasalahan, tim kembali melakukan diskusi dengan PLUT UMKM terkait teknis pelatihan dan jumlah peserta pelatihan mengingat dalam kondisi pandemi semua kegiatan terdapat aturan sesuai dengan kapasitas ruangan.

B. Legalitas Usaha

Dari beberapa pelaku usaha UMKM masih belum memiliki legalitas usaha, pelaku UMKM yang belum memiliki legalitas usaha kebanyakan merupakan pelaku usaha milenial yang bukan warga lokal atau pendatang dan terdapat beberapa pelaku UMKM warga lokal. Sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut. Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang manfaat dan pentingnya legalitas usaha. Dengan

sosialisasi tersebut diharapkan UMKM yang belum memiliki legalitas usaha dapat mengurus kepemilikan legalitas usahanya.

Selain sosialisasi, tim juga melakukan pendampingan terkait pendaftaran legalitas usaha. Pendaftaran dapat dilakukan secara offline maupun online melalui aplikasi “siBakul”. Aplikasi yang dikembangkan oleh PLUT UMKM DIY untuk memberikan informasi lengkap terhadap pelaku UMKM. Setelah mendapat legalitas usaha, diharapkan pelaku UMKM dapat bersaing dan bertahan dalam kondisi pandemi dengan berbagai tunjangan yang dapat diakses jika usaha memiliki *legal standing*.

C. Pembukuan dan Perencanaan Keuangan UMKM

Masalah yang dihadapi oleh banyak UMKM saat ini, adalah terkait pembukuan dan perencanaan keuangan. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usahanya secara tradisional tanpa memperhatikan aspek arus keuangannya sehingga kesulitan mendeteksi bahwa bulan ini mendapatkan keuntungannya secara pasti. Tim memberikan pelatihan dan pendampingan dalam mencatat pembukuan dari arus keuangan UMKM, diharapkan jika UMKM memiliki pembukuan dan perencanaan keuangan yang rapi dapat mengukur kemampuan UMKM dalam melakukan penetrasi pasar. Pembukuan dan perencanaan keuangan UMKM memiliki manfaat yang besar bagi keberlangsungan UMKM.

D. Strategi Pengajuan Kredit atau Pembiayaan

Saat ini, masih terdapat UMKM yang *unbankable*. Sulit bagi sebagian besar UMKM yang *unbankable* untuk dapat meningkatkan aktivitas produksi maupun usahanya. Sosialisasi dilakukan untuk mengukur kekuatan UMKM dalam mengajukan kredit / pembiayaan agar tidak terjerumus dalam kesulitan setelah mengajukan kredit. Sosialisasi juga menasar kepada pelaku UMKM yang bankable terkait ketaatan dalam pembayaran angsuran agar tidak masuk SLIK OJK.

Selain sosialisasi informasi pembiayaan, informasi juga mengarah kepada akses pembiayaan non-bank seperti pengadaian, modal ventura dll. Informasi juga mengarah kepada menjadi mitra BUMN agar mendapatkan dana CSR. Selain itu memberikan informasi terkini mengenai bantuan apa saja yang dapat diakses oleh UMKM selama pandemi agar UMKM dapat bertahan.

E. Digitalisasi Usaha

Di tengah globalisasi saat ini, masih ada pelaku usaha pada UMKM yang belum memanfaatkan dunia *online* atau media sosial sebagai penetrasi pasar. Sosialisasi pentingnya mendigitalkan usaha sangatlah perlu guna meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan. Mengingat bahwa jumlah pengguna internet khususnya sosial media di Indonesia teruslah meningkat. Pada pengguna *instagram* di tahun 2020 telah mencapai 77%. Instagram merupakan salah satu media sosial yang penting untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha.

Selain sosialisasi pentingnya mendigitalkan bisnis, perlu juga mengarahkan para pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial khususnya *instagram* dalam melakukan penjualan. Oleh karena itu, selain sosialisasi juga perlu memberikan pelatihan khusus berkaitan penjualan melalui sosial media. Terutama dalam hal meningkatkan jangkauan, membuat hashtag, membuat konten yang menarik dan meningkatkan *followers*. Pandemi *covid-19* sangatlah berdampak pada para pelaku usaha. Sehingga, sosialisasi ini sangatlah berguna untuk memperbaiki ekonomi para pelaku UMKM dan mengembalikan semangat untuk terus bertumbuh dan meningkatkan penjualan.

F. Partisipasi

Dalam hal ini terdapat 3 kelompok. Kelompok A adalah Tim, kelompok B adalah PLUT UMKM dan kelompok C adalah pelaku UMKM. Tim (Kelompok A) bekerja sama dengan PLUT UMKM DIY (Kelompok B) dalam melaksanakan program dan kelompok B yang menaungi banyak UMKM di DIY memberikan fasilitas berupa ruangan, informasi ke UMKM dan penunjang lainnya. Pelatihan diadakan dua hari yaitu pada tanggal 4 November 2020 di ruang Sekarjagad PLUT UMKM DIY dan pada tanggal 10 November 2020. Pelatihan dilakukan mulai pukul 08.30 – 13.00. Setelah diadakan pelatihan, Tim memberikan informasi mengenai pendampingan, dan beberapa UMKM mengajukan permintaan pendampingan sesuai dengan program pelatihan. Saat pendampingan TIM terjun langsung ke UMKM untuk melihat aktivitas usaha secara keseluruhan.

G. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program dilak-sanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilak-sanakan. Adapun evaluasi program yang di-lakukan memiliki tujuan untuk membanding-kan pengetahuan dan kemampuan yang di-miliki oleh masing-masing mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemu-kan solusi terhadap hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan program.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pengabdian masyarakat ini menghasilkan kegiatan yang telah dilakukan sesuai rencana kegiatan, dengan rincian sebagai berikut:

A. Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan aspek penting yang harus dilakukan oleh UMKM. PLUT UMKM DIY memiliki fasilitas yang sangat lengkap bagi UMKM yang akan mendaftarkan usahanya. Saat ini PLUT UMKM yang terdaftar dalam aplikasi “siBakul” adalah 262.000 usaha dan sekitar 26.000 telah memiliki legalitas usaha. Dalam sosialisasi dengan pelaku UMKM memang terdapat pelaku usaha yang belum mendaftarkan usahanya secara resmi. Sosialisasi yang disampaikan ke UMKM juga memberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha, manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi.

Tim melakukan pendampingan usaha yang belum memiliki legalitas usaha dengan memberikan arahan pendaftaran legalitas usaha ke PLUT UMKM DIY. Beberapa UMKM yang telah memiliki legalitas usaha juga diberikan pendampingan terkait kegunaan legalitas usaha tersebut seperti untuk mengajukan pembiayaan ke perbankan, memberikan informasi mengenai kemitraan dengan BUMN dan memberikan informasi mengenai sertifikasi produk guna mengembangkan usaha secara legal (Arifin, 2017).

B. Pembukuan dan Perencanaan Keuangan bagi UMKM

Berdasarkan hasil observasi dengan peserta pelatihan bahwa hampir 80% peserta belum memiliki pembukuan dan perencanaan keuangan. Administrasi keuangan yang digunakan masih sangat tradisional, yaitu tidak ada pencatatan keuangan masuk dan keluar dan tidak ada buku khusus yang digunakan untuk arus keuangan, pelaku usaha tidak memisahkan rekening pribadi dengan rekening usaha, bahkan terdapat pelaku usaha yang tidak memiliki atau belum melakukan administrasi terkait nota-nota pembelian yang mengakibatkan keuntungan yang diperoleh tidak diketahui secara pasti oleh pelaku usaha.

Tim memberikan sosialisasi dan pelatihan dalam perbaikan administrasi keuangan dengan cara memperkenalkan manfaat administrasi keuangan bagi pelaku UMKM, tim memberikan arahan kepada peserta pelatihan agar memisahkan rekening pribadi dengan rekening usaha, serta tim memberikan pelatihan terkait nota keluar dan nota masuk agar

memberikan kemudahan bagi UMKM dalam mendeteksi keuntungan dan kerugian (Farwitawati, 2018). Tidak dapat dipungkiri bahwa administrasi keuangan dan pemisahan rekening pribadi dan rekening usaha sebagai syarat dalam mengajukan kredit/pembiayaan ke pihak perbankan.

C. Strategi Pengajuan Kredit dan Pembiayaan

Peserta pelatihan dari UMKM terdapat yang *bankable* dan *unbankable*. Tim memberikan informasi mengenai syarat pengajuan kredit dan pembiayaan, yaitu terdiri dari legalitas usaha, usia usaha, administrasi / pembukuan keuangan usaha, pemisahan rekening pribadi dan rekening usaha. Untuk UMKM yang akan mengajukan KUR maka usaha berusia minimal 6 bulan dan memiliki pembukuan yang rapi serta legalitas usaha. Bagi UMKM yang mengajukan kredit selain KUR maka usaha minimal sudah berjalan 2 tahun dan memiliki pembukuan yang rapi, legalitas usaha dan pemisahan rekening pribadi dan rekening usaha (Permana, 2017).

Bagi UMKM yang *bankable* maka diberikan informasi mengenai pentingnya taat membayar dan tidak telat agar tidak masuk Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) dari OJK sehingga tidak di *blacklist* dari kreditur yang memiliki profil *high risk*. Tim juga memberikan arahan sebelum mengajukan kredit agar diukur kemampuan usaha dalam melakukan angsuran dengan perhitungan arus masuk dan keluar serta pangsa pasarnya. Selain pembiayaan dari perbankan, tim juga memberikan informasi terkait akses pembiayaan ke non-bank seperti pengadaian, modal ventura, mitra BUMN dll.

D. Digitalisasi Usaha

Globalisasi ekonomi disertai dengan maraknya digitalisasi dinilai berperan penting dalam peningkatan kualitas produk atau bahkan inovasi oleh para pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan adanya tekanan yang membuat produsen untuk terus berinovasi dalam memenangkan persaingan yang sedemikian ketat. Oleh karena itu, banyak teknologi yang dimanfaatkan untuk membantu pekerjaan manusia dan mengubah sistem yang sudah ada sebelumnya.

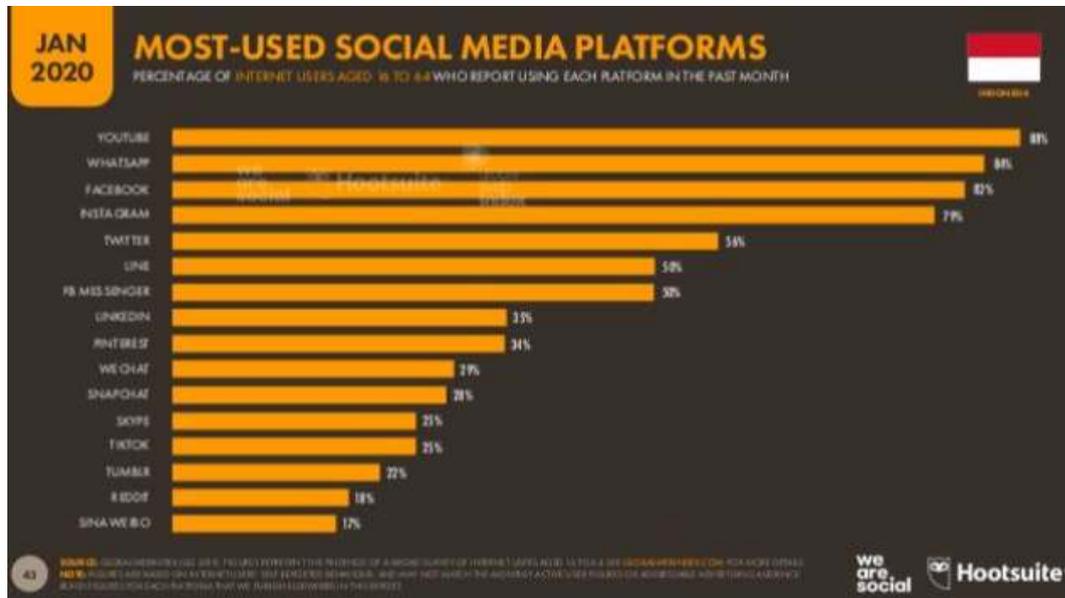
UMKM dinilai sangat perlu untuk melakukan digitalisasi. Hal ini dikarenakan, UMKM dapat dengan mudah bertemu dan berhadapan langsung dengan konsumen. Ada beberapa hal keuntungan yang didapatkan oleh UMKM dalam melakukan digitalisasi, yakni dapat menyimpan waktu, tenaga dan dana modal, lalu UMKM bisa lebih terpacu dengan adanya kompetitor lain, sehingga pelaku usaha akan lebih kompetitif dalam melakukan bisnisnya. Selain itu, keuntungan yang didapatkan akan meningkatkan pandangan masyarakat terhadap produk ataupun nama dari usaha tersebut (*branding*).

Survei yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social menunjukkan bahwa sejak Indonesia mengalami kenaikan pengguna sosial media pada periode 2016-2017, terdapat kenaikan pengguna sebesar 27 juta manusia Indonesia yang baru menggunakan media sosial. Tentunya hal ini dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperkenalkan produknya melalui dunia online atau sosial media.

Pandemi covid-19 membuat masyarakat terutama para UMKM mengalami penurunan ekonomi yang drastis. Penjualan menurun, bahkan hingga tutup usaha. Kejadian ini banyak terjadi pada para pelaku usaha. Oleh karena itu, sosialisasi terkait digitalisasi usaha sangat diperlukan guna meningkatkan konversi penjualan dan semangat baru pelaku usaha. Jika dilihat pada data bulan Januari 2020 dari Hootsuite mengenai pengguna persentase pengguna media sosial di Indonesia, bahwa sosial media yang digemari pertama adalah *youtube*, kedua yaitu *whatsapp*, *facebook*, *instagram* dan *twitter* (lihat gambar 1).

Pada pengabdian ini, tim juga melakukan sosialisasi pentingnya digitalisasi pada usaha UMKM, terutama melalui sosial media instagram. Sehingga yang menjadi pembahasan pada

sosialisasi adalah cara meningkatkan jangkauan di instagram, cara membuat konten yang menarik, cara membuat hashtag, cara meningkatkan penjualan melalui instagram. Sosial media instagram menjadi sasaran penting dalam melakukan marketing karena sebesar 77% masyarakat Indonesia menggunakan instagram. Di tengah pandemi *covid-19*, tentunya diharapkan dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha menggunakan *instagram*.



Gambar 1. Data *Hootsuite* mengenai persentase pengguna media sosial di Indonesia

SIMPULAN

Melalui kegiatan pelatihan tentang pembiayaan, pengaturan keuangan dan penetrasi pasar pada UMKM PLUT di Yogyakarta bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam mencari sumber pembiayaan, mengatur dan mencatat siklus keuangannya dan mendigitalkan usahanya guna meningkatkan penjualan. Kegiatan pelatihan diikuti peserta secara antusias. Antusias peserta ditunjukkan juga dengan permintaan dari peserta agar diberikan program pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, L. (2017). Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) terhadap Perekonomian UKM Perikanan Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. (*Doctoral dissertation*), Malang: Universitas Brawijaya.
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19-24.
- Dika. (2020). Kemendag. (2013). *Analisis Peran Lembaga Pembiayaan dalam Pengembangan UMKM*. Jakarta: Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri.
- Farwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 225-229.
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Aspirasi*, 8(1), 93-103.
- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Era New Normal. *Prosiding Seminar STIAMI*, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen, Jakarta.

