

## Penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Berbagai Model Skema Pendanaan di Indonesia: Sebuah Telaah Konseptual

Eko Suyono <sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

E-mail: [ekyo75@yahoo.com](mailto:ekyo75@yahoo.com)

### Abstract

*Small and medium enterprises (SMEs) are the main pillars of a country economy, especially in developing countries. Actually, the existence of this type of business in Indonesia has been since the Dutch colonial era long decades ago. However, nowadays its existence is threatened due to the rapid expansion of modern businesses that spread into rural areas of Indonesia. Therefore, under full of limitations, SMEs are in dire need of government assistance, both central and local governments in term of financial and nonfinancial to strengthen the SMEs' capital so they are able to sustain their businesses. This paper intends to analyze several financing scheme model for SMEs that could be given by the government through financial institutions so that the SMEs will be getting an easy access to the capital resources. In the other word, this condition is expected to give maximum support for SMEs development. As a result, the SMEs will contribute to eradicating unemployment and poverty by strengthening county economy.*

**Keywords:** *SMEs, government assistance, financing scheme model, modern business, unemployment, poverty*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian negara terutama di negara-negara berkembang untuk mendukung upaya pemerintah dalam memberantas pengangguran dan kemiskinan. Peran penting UMKM ini telah mendorong banyak negara untuk terus mengembangkan dan mendukung UMKM. Lebih dari itu, peran UMKM semakin menonjol, terutama sejak krisis moneter pada tahun 1998 di hampir semua negara berkembang khususnya di Asia, dimana banyak bisnis besar bangkrut, sementara itu UMKM tetap bertahan dan stabil dalam bisnis mereka.

Data dari Biro Pusat Statistik Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2016 Indonesia memiliki 57,9 juta UMKM yang merupakan 99% dari total bisnis di Indonesia dan UMKM menyediakan lapangan kerja dari total angkatan kerja di Indonesia dan berkontribusi pada tingkat pekerjaan tertinggi dari sektor non-minyak

(Biro Pusat Statistik Indonesia, 2016). Demikian pula di negara-negara Asia Tenggara lainnya, UMKM terdiri dari 88% bisnis di negara-negara ini. Global Partnership of Financial Inclusion (GPFI) (2011) melaporkan bahwa perempuan pengusaha memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi global. Diperkirakan bahwa UMKM dengan kepemilikan wanita penuh atau sebagian mewakili 31 sampai 38 persen (8 sampai 10 juta) UMKM formal di pasar negara-negara berkembang. Bisnis ini mewakili bagian signifikan dari penciptaan lapangan kerja dan potensi pertumbuhan ekonomi.

Sekali lagi, GPFI (2011) melaporkan bahwa perempuan pengusaha memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara di seluruh dunia. Di banyak negara maju, perempuan memulai bisnis lebih cepat daripada laki-laki dan memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Di Amerika Serikat, misalnya, perusahaan milik wanita tumbuh dua kali melebihi semua perusahaan lain (masing-masing 23 persen dan 9 persen) dan telah berjalan selama hampir tiga dekade. Mereka menyumbang hampir US\$ 3 triliun ke perekonomian USA dan mampu menyediakan 23 juta pekerjaan. Proyeksi data baru juga menunjukkan bahwa pertumbuhan pekerjaan di masa depan di Amerika Serikat akan diciptakan terutama oleh usaha kecil milik perempuan. Di Kanada, wanita memiliki 47 persen usaha kecil dan menyumbang 70 persen bisnis baru pada tahun 2004 (GPFI, 2011). Sumbangan penting perempuan di negara maju ini mencontohkan apa yang dapat dicapai oleh banyak negara berkembang dengan meningkatkan peluang bagi wiraswasta perempuan.

Namun, selain perannya yang penting dalam pemberantasan pengangguran dan kemiskinan, UMKM memiliki beberapa keterbatasan seperti keterbatasan sumber daya, keterbatasan dana, kurangnya infrastruktur, kurangnya jaringan bisnis, rendahnya tingkat pendidikan pemilik/pengelola dan sebagainya dibandingkan dengan bisnis modern (Suyono et al., 2016). Di sisi yang lain, keberadaan UMKM terancam oleh pesatnya pertumbuhan bisnis besar dan modern. Selanjutnya, temuan dari beberapa penelitian terdahulu mendokumentasikan bahwa dari kelemahan tersebut yang paling utama adalah kurangnya dana yang tersedia untuk mendukung UMKM (Sharif dan Budianingsih, 2009; Peria, 2009; dan Suyono et al., 2016). Kondisi ini diperparah dengan anggapan beberapa pihak yang mengklaim bahwa banyak UMKM di negara berkembang tidak *bankable* melalui lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan pinjaman bank, rendahnya kemampuan membayar, kebiasaan menabung rendah, biaya transaksi tinggi, dan sebagainya (Bayu dan Sulistiyo, 2012). Akibatnya, aksesibilitas UMKM ke sumber keuangan sangat rendah, termasuk UMKM pemasok untuk pengecer besar, yakni UMKM yang melakukan bisnis dengan pengecer besar dalam proses pengadaan produk. Dalam prosesnya, peritel besar sebagai mitra harus berkontribusi membantu UMKM seperti dengan member pelatihan supaya UMKM mampu mengolah produk yang sesuai dengan standarnya. Dengan demikian UMKM akan mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang disyaratkan oleh peritel besar. Dengan kata lain, kontribusi dari kedua belah pihak sangat penting dalam mendorong majunya UMKM. Lebih lanjut, Cravens dan Piercy (2006) dalam Bayu dan Sulistiyo (2012) menjelaskan bahwa agar berhasil dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif, dibutuhkan strategi berbasis pasar untuk mengakomodasi semua kebutuhan pelanggan karena pelanggan cenderung memilih produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM pemasok untuk usaha besar dalam menyediakan kebutuhan produk adalah jangka waktu pembayaran yang panjang, yang biasanya tidak tunai, dimana UMKM biasanya belum siap dengan kondisi ini karena mereka membutuhkan uang dalam waktu yang cepat supaya mereka tetap dapat bertahan dalam bisnis mereka. Jangka panjang pembayaran oleh pengecer besar menyebabkan UMKM harus menyiapkan sejumlah besar arus kas agar dapat terus memasok produk untuk pengecer besar. Akibatnya, UMKM membutuhkan lebih banyak bantuan keuangan dari lembaga keuangan untuk mempertahankan bisnis mereka baik dari sektor perbankan swasta maupun pemerintah supaya tetap siap untuk bisa memasok produknya ke peritel besar.

Pada dasarnya, ada beberapa program pinjaman baik dari pemerintah maupun lembaga keuangan swasta untuk memberikan bantuan keuangan bagi UMKM. Misalnya, di Wilayah Banyumas, Jawa Tengah, bantuan keuangan pemerintah tersebut disebut dengan "dana bergulir" sebesar Rp 1.500.000.000 per tahun untuk mendukung pengembangan UMKM di wilayah ini (Suyono et al., 2016). Namun, ketersediaan program bantuan keuangan belum mampu mengakomodasi semua kebutuhan finansial UMKM di masing-masing daerah sehingga masih sangat diperlukan bantuan dari pihak-pihak swasta.

Agar dapat memberikan bantuan keuangan secara maksimum bagi UMKM, peran pemerintah sangat penting dalam memberikan dukungan usaha dalam hal bantuan keuangan, bantuan teknis, dan bantuan keberpihakan politik melalui peraturan dan kebijakan yang spesifik. Dari sisi bantuan keuangan, bank akan diberi wewenang untuk menaikkan dan menyalurkan dana ke UMKM dalam menunjang bisnis tersebut. Hal itu bisa dilakukan, misalnya dengan mengeluarkan kebijakan spesifik terkait penyaluran kredit untuk UMKM. Oleh karena itu, bank akan memberikan kontribusi untuk mendukung UMKM dalam hal pinjaman finansial.

Akan tetapi, pada umumnya bank akan menilai dan menganalisis peminjam ketika mereka akan memberikan pinjaman kredit dengan menerapkan pendekatan "The C's of Credit" yang terdiri dari karakter, kapasitas, modal, kondisi, dan agunan (Beaulieu, 1996). Bila persyaratan ini harus diterapkan secara ketat untuk UMKM, kebanyakan UMKM tidak akan dapat memenuhi persyaratan-persyaratan tersebut. Oleh karena itu diperlukan peran pemerintah untuk memberikan kebijakan khusus agar UMKM dapat memenuhi persyaratan pinjaman kredit, misalnya, pemerintah bisa membuat regulasi yang mewajibkan bank untuk mempermudah persyaratan kredit khusus untuk UMKM atau dengan memberikan skema kredit khusus untuk UMKM dengan persyaratan yang lebih mudah.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat topik pembiayaan UMKM di Indonesia, seperti Bayu dan Sulistiyo (2012), dan Ramadhansyah dan Silalahi (2013). Bayu dan Sulistiyo (2012) mencoba meneliti dan mengajukan konsep model pembiayaan UKM yang memasok kebutuhan peritel besar di Jawa Barat. Selanjutnya, Ramadhansyah dan Silalahi (2013) menggunakan pendekatan kualitatif pada UMKM di Kota Medan untuk menyusun model pendanaan UMKM. Adapun penelitian ini mencoba melakukan telaah literatur untuk menganalisis berbagai model skema pendanaan UMKM yang ada di Indonesia.

Berbagai studi komprehensif dalam topik pemberdayaan UMKM telah menyimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang kuat sejalan dengan pengurangan kemiskinan secara substansial. Kenaikan 1% pendapatan per kapita harian mampu mengurangi proporsi penduduk dengan penghasilan lebih kecil dari US \$ 1 per hari

dengan rata-rata sekitar 2% (Ravallion, 2004). Namun, pertumbuhan ekonomi yang kuat juga terkait dengan meningkatnya ketimpangan distribusi pendapatan, yang berdampak negatif pada masyarakat. Hal ini telah dibuktikan misalnya di India, dimana pertumbuhan dan modernisasi sebagian besar berada di daerah perkotaan, sementara daerah pedesaan hampir tidak bergerak maju. Ketidaksamaan antara daerah perkotaan dan pedesaan di China telah mendorong peningkatan migrasi perkotaan, dengan segala kelebihannya (Ravallion, 2004).

Setiawan dan Rejekiingsih (2009) menyimpulkan bahwa bantuan pinjaman atau penguatan dana bagi wirausaha UMKM dalam bentuk dana bergulir dapat meningkatkan jumlah tenaga kerja, modal usaha, omzet penjualan, dan keuntungan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dari 4 faktor di atas maka peningkatan jumlah tenaga kerja merupakan faktor yang paling dominan perbedaannya antara sebelum dan sesudah menerima bantuan pinjaman dibandingkan tiga variabel lainnya. Selain itu, diketahui bahwa pemanfaatan dana bergulir berimplikasi positif untuk penguatan ekonomi regional karena mampu meningkatkan produktivitas UMKM sehingga pada akhirnya UMKM mampu menyediakan banyak lapangan pekerjaan. Dengan kata lain, program ini secara langsung mempunyai andil besar dalam program pengentasan kemiskinan dan pengurangan pengangguran yang sedang digalakkan pemerintah.

Setelah diketahui bahwa program dana bergulir mempunyai manfaat besar bagi pengembangan UMKM maka pemerintah diharapkan tetap melanjutkan program tersebut dengan lebih memperbanyak volumenya sehingga lebih mampu menjangkau UMKM secara lebih luas. Supaya kemanfaatannya maksimal pemerintah juga harus melakukan supervise secara memadai akan penggunaan dan pengelolaan dana tersebut oleh UMKM. Selain itu, panduan dan bantuan terus menerus juga dibutuhkan bagi penerima program dana bergulir agar berhasil. Sementara itu, program dana bergulir dinilai berhasil jika berhasil dalam distribusi, pemanfaatan, dan pengembalian yang diwujudkan dengan realisasi perbaikan dan pengembangan usaha ekonomi produktif di masyarakat (Setiawan dan Rejekiingsih, 2009). Sedangkan Suyono et al. (2016) menemukan bahwa masih banyak UMKM yang belum mengerti keberadaan dana bergulir di Kabupaten Bnayumas karena belum tersosialisasi secara baik.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan di atas, tujuan dari makalah ini adalah untuk menganalisis berbagai model skema pembiayaan yang ada di Indonesia untuk mendukung pengembangan UMKM di Indonesia.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Data dari Biro Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa UMKM merupakan kelompok usaha terbesar (BPS, 2016) dan terbukti dapat bertahan dalam berbagai krisis ekonomi, seperti pada tahun 1997-1998 dan 2008. Pemerintah Indonesia telah menyusun kriteria bisnis yang termasuk dalam UMKM secara hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di Indonesia, ada beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan pengertian dan kriteria jenis usaha ini, yaitu: (1) usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan aset sampai dengan Rp 50.000.000 dan omzet maksimum Rp 300.000.000 juta per tahun; (2) usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri

yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan aset lebih besar dari Rp 50.000.000-Rp 500.000.000 atau omset Rp 300.000.000-Rp2.500.000.000 per tahun; (3) usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan aset lebih besar dari Rp 500.000.000-Rp 10.000.000.000 atau omset Rp 2.500.000.000-Rp50.000.000.000 per tahun.

Lebih lanjut, BPS (2016) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil adalah badan usaha yang memiliki tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah adalah badan usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai 99 orang. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 60/KMK.016/1996 tanggal 9 Pebruari 1996, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang bergerak dalam bidang usaha atau usaha dengan jumlah penjualan maksimal sebesar Rp 600.000.000 atau aset Rp 600.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan yang diduduki) terdiri dari: (1) bentuk usaha (Firma, CV, PT, dan koperasi) dan (2) individu (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, hutan, penambang, pedagang dan jasa).

Selain itu ada juga penyedia dana yang umumnya melayani UMKM yaitu Lembaga Keuangan Mikro (LKM). LKM adalah lembaga keuangan yang bergerak dalam jasa keuangan bagi pengusaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah, Yang dikategorikan menjadi LKM bank dan LKM nonbank (Wardoyo dan Prabowo, 2005), dengan rincian sebagai berikut:

1. Bank
  - Unit Bank Rakyat Indonesia (BRI), terdiri dari kantor cabang BRI di seluruh Indonesia, baik di kota maupun di daerah pedesaan.
  - Bank Perkreditan Rakyat (BPR), dalam bentuk bank mikro yang tunduk pada Peraturan Perbankan dari Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral di Indonesia.
2. Non Bank
  - LKM non bank besar, seperti Badan Kredit Kecamatan (BKK) di provinsi Jawa Tengah, Badan Kredit Desa (BKD) di Propinsi Jawa dan Madura, Baitul Maal Wat Tamwil (keuangan mikro syariah) di semua provinsi di Indonesia, dan sebagainya.
  - LKM non bank kecil dengan tabungan dan aset kecil seperti beberapa program pembiayaan mikro, LSM, koperasi simpan pinjam, asosiasi keuangan informal, dan sebagainya.

Pada umumnya LKM melayani nilai kredit dan tabungan yang relative kecil, oleh karena itu agar bisa bertahan LKM harus memiliki jangkauan pasar yang luas, artinya LKM harus menjadi lebih besar di masa depan (Sudaryanto et al., 2014). Harapan ini dianggap ideal, namun harus realistis dengan fakta bahwa LKM sudah memiliki beban yang berat dan terutama bila menghadapi lingkungan luar yang tidak pasti. LKM harus mampu mengatasi permasalahan-permasalahan internal yang dimilikinya seperti profesionalisme manajemen, efisiensi pengelolaan usaha dan sebagainya supaya mampu bertahan di era yang persaingan usahanya sangat ketat.

### **Peran Institusi Keuangan dalam Mendukung UMKM**

Bank Indonesia membedakan lembaga keuangan di Indonesia menjadi dua kategori: LKM yang berbentuk bank dan non bank. LKM dalam bentuk bank adalah BRI Unit Desa, BPR dan BKD (Badan Kredit Desa). Sedangkan non bank adalah unit koperasi simpan pinjam, tabungan dan kredit, lembaga dana kredit pedesaan, baitul mal wattanwil (BMT), organisasi swadaya masyarakat, arisan, pola pembiayaan Grameen, ASA, kelompok swadaya masyarakat (KSM), dan credit unions (Kementerian Perdagangan, 2013). Namun demikian khusus untuk BRI Unit Desa dan BPR pemerintah harus mengeluarkan kebijakan supaya kedua jenis LKM ini mempermudah persyaratan pinjaman kepada UMKM karena selama ini kedua jenis LKM ini memberlakukan syarat-syarat yang sama dengan Bank Umum sehingga banyak UMKM yang tidak mampu memenuhi ketentuannya. Se jauh ini, Bank Indonesia sebagai bank sentral telah memberikan bantuan teknis kepada bank agar bisa menyalurkan kredit atau pembiayaan untuk UMKM, berupa penelitian, pelatihan, penyediaan informasi, dan fasilitas lainnya. Namun demikian keberadaan berbagai bantuan tersebut memang belum mampu mengakomodir seluruh dana yang dibutuhkan oleh UMKM, sehingga dukungan dari pihak-pihak swasta sangatlah diperlukan untuk mensukseskan perkembangan UMKM.

Bank Umum wajib memberikan pembiayaan kredit untuk UMKM serendah-rendahnya 20% dari total kredit atau nilai pembiayaan tahun tersebut. Pemerintah melalui BI sudah mengatur pembiayaan kredit sebagai berikut (Kementerian Perdagangan, 2013) :

- 1). Tahun 2013: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum disesuaikan dengan kemampuannya seperti yang tertuang dalam perencanaan usaha bank yang bersangkutan;
- 2). Tahun 2014: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum disesuaikan dengan kemampuannya seperti yang tertuang dalam perencanaan usaha bank yang bersangkutan;
- 3). Tahun 2015: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum minimal 5%;
- 4). Tahun 2016: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum minimal 10%;
- 5). Tahun 2017: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum minimal 15%;
- 6). Tahun 2018 dan seterusnya: rasio kredit UMKM terhadap total kredit masing-masing bank umum minimal 20%.

### **Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM Melalui Institusi Keuangan**

Untuk mendorong percepatan pengembangan UMKM maka dukungan dari pemerintah merupakan faktor yang sangat menentukan agar usaha ini bisa semakin maju dan mandiri sehingga akan berkontribusi langsung dalam mendukung perkembangan ekonomi negara. Se jauh ini, dukungan pemerintah terhadap UMKM dilakukan oleh berbagai lembaga, seperti Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, dan Bappenas, serta lembaga non kementerian seperti Bank Indonesia, badan usaha milik negara dan lembaga keuangan non-bank (Kementerian Perdagangan, 2013). Bantuan keuangan maupun non keuangan diberikan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Seluruh Indonesia.

Seperti disebutkan pada bagian sebelumnya bahwa sebenarnya pemerintah sudah memberikan bantuan pendanaan bagi UMKM dengan menggandeng pihak-pihak lain sebagaimana dalam program Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR merupakan program pinjaman yang ditujukan untuk mendorong masyarakat pengusaha UMKM untuk bisa mengatasi permasalahan keuangan dalam mendanai usaha UMKM dengan persyaratan pinjaman yang mudah dan bunga yang relatif rendah dengan nilai skema kredit maksimal sebesar Rp 500.000.000 per debitur dengan tingkat bunga maksimum 16% per tahun.

Peran pemerintah di KUR adalah sebagai penyedia dana subsidi bunga kredit perbankan, yang mendanai 100% pembiayaan dari bank yang menjalankan program tersebut. Untuk risiko kredit bermasalah yang harus dihadapi bank, ada pembagian risiko antara bank pelaksana dan perusahaan penjaminan. Perusahaan penjaminan menanggung 70% dan bank pelaksana 30%. Meski ada perusahaan penjaminan, UMKM dan koperasi tidak dikenai biaya penjaminan. KUR diberikan kepada UMKM atau koperasi yang tidak menerima pembiayaan dari Perbankan dan/atau yang tidak menerima pinjaman pemerintah saat permohonan kredit/pembiayaan diajukan, sebagaimana dibuktikan oleh hasil sistem informasi debitur yang dikecualikan untuk KPR, KKB, kartu kredit dan kredit konsumen lainnya (Kementerian Perdagangan, 2013).

### **Gambaran Pendanaan UMKM**

Data pengembangan kredit UMKM dari Bank Indonesia pada Triwulan II 2016, ekspansi bersih kredit UMKM mencapai Rp 870,5 Trilyun tumbuh 16,3% dari Triwulan sebelumnya. Sementara itu total pertumbuhan kredit perbankan hanya 6,9% dari Triwulan sebelumnya (BI, 2016a). Peningkatan pertumbuhan kredit Triwulan II 2016 tersebut menunjukkan meningkatnya perhatian pemerintah untuk mendorong kemajuan UMKM sehingga jumlah kredit untuk UMKM lebih besar pertumbuhannya daibandingkan dengan total dana kredit keseluruhan yang dikeluarkan pihak perbankan.

### **Hipotesis**

Berdasarkan uraian dari berbagai referensi di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: “berbagai model skema pendanaan UMKM yang ada belum mampu memenuhi seluruh kebutuhan keuangan yang diperlukan oleh UMKM di Indonesia”.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif eksploratif dengan menganalisis model pembiayaan yang diberikan oleh pemerintah Indonesia untuk mendukung UMKM dalam menghadapi lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Penulisan dilakukan dengan melakukan studi literatur yang membahas berbagai model pembiayaan UMKM khususnya yang terdapat pada buku maupun makalah hasil penelitian yang tersedia online.

## **HASIL DAN ANALISIS**

Globalisasi telah menciptakan peluang baru bagi UMKM. Globalisasi progresif selama dua dekade terakhir ini telah menciptakan lingkungan internasional baru untuk ekspor UMKM dari negara-negara berkembang. Proses integrasi ekonomi dunia telah

melibatkan perluasan dan pendalaman hubungan timbal balik antara arus perdagangan internasional dan arus investasi asing. Beberapa pengaruh hambatan perdagangan yang menurun, peningkatan kemajuan teknologi, migrasi tenaga teknis dan profesional, dan perusahaan multinasional (MNC) yang sangat aktif bergerak mencari investasi baru turut berkontribusi menjadi factor pendorong globalisasi. Kondisi ini memperbesar peluang penciptaan pasar internasional untuk barang dan jasa yang tidak lagi dibatasi oleh batas-batas negara tertentu.

Untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif di era globalisasi ini, masih banyak peluang bagi UMKM untuk mendapatkan sumber pendanaan dan peluang investasi, disamping berbagai skema pendanaan dari pemerintah melalui bank pelaksana. Sehingga diharapkan jika UMKM mampu memaksimalkan semua peluang yang ada, maka UMKM akan dapat bersaing ditengah pasar bebas yang begitu kompetitif. Namun demikian, ada beberapa tantangan yang dihadapi UMKM di Indonesia dengan tantangan terbesar adalah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Saat ini, ekspor produk UMKM Indonesia sebagian besar berasal dari industri manufaktur seperti furnitur, makanan dan minuman, pakaian jadi atau garmen, industri kayu dan rotan, produk pertanian, terutama perkebunan dan perikanan, sementara di sektor pertambangan masih sangat kecil (Sudaryanto et al., 2014). Biasanya kendala utama yang dihadapi oleh UMKM yang bergerak di bidang pengolahan produk tertentu adalah kelangkaan bahan baku. Kendala ini seringkali menyebabkan UMKM berhenti berproduksi dalam beberapa waktu ketika dalam proses menunggu pasokan bahan baku sehingga akan menurunkan volume penjualan dan pada akhirnya juga menurunkan keuntungan yang seharusnya diperoleh UMKM ketika pasokan bahan baku bisa berjalan normal. Tentunya hal ini menjadi permasalahan yang harus mendapatkan perhatian pemerintah sehingga kasus UMKM berhenti berproduksi dan karyawan menganggur hanya karena keterlambatan pasokan bahan baku bisa diatasi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM memiliki kontribusi nyata dalam hal penyerapan tenaga kerja dan penerimaan negara, khususnya penerimaan negara dalam bentuk pajak. Perkembangan penerimaan pajak dari tahun 2005 sampai 2016 juga terus meningkat, dengan rata-rata lebih dari 12% dengan kenaikan tertinggi terjadi pada 2012 dengan target penerimaan pajak sebesar Rp 1.016,2 triliun (BI, 2016b). Sejauh ini penerimaan pajak masih berasal dari perusahaan-perusahaan besar sedangkan pajak UMKM belum bisa dikelola secara maksimal. Tentunya pemerintah bisa berharap meningkatkan pendapatan pajak yang bersumber dari UMKM setelah pemerintah berusaha maksimal melalui kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan untuk semakin mendorong perkembangan UMKM. Dengan sendirinya ketika UMKM semakin berkembang dan menjadi bisnis yang mampu menghasilkan laba yang tinggi maka kontribusinya terhadap penerimaan pajak negara juga akan meningkat.

Berbagai skema kredit/pembiayaan telah diberikan oleh pemerintah terkait dengan program pembangunan ekonomi di sektor usaha tertentu. Peran pemerintah dalam skema kredit UMKM ini adalah pada penyediaan dana untuk subsidi bunga kredit, sedangkan total kredit/pembiayaan (100%) berasal dari bank-bank yang ditunjuk negara sebagai bank pelaksana sebagaimana sudah dikemukakan pada bagian sebelumnya. Saat ini, skema kredit yang sangat akrab di masyarakat adalah KUR yang khusus ditujukan untuk UMKM dengan kategori usaha yang layak, namun tidak memiliki cukup jaminan untuk memenuhi persyaratan bank. KUR adalah kredit yang diberikan oleh bank untuk UMKM berupa modal kerja dan investasi untuk usaha produktif yang layak namun



tidak bankable. Tujuannya adalah untuk mempercepat pengembangan sektor riil (terutama pertanian, kehutanan, kelautan dan perikanan, dan industri).

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004, kebijakan Bank Indonesia dalam membantu pengembangan UMKM telah mengalami pergeseran substansial dimana BI tidak dapat lagi memberikan bantuan keuangan atau kredit langsung kepada UMKM. Selain itu, pendekatan yang memberikan subsidi kredit dan suku bunga rendah telah beralih ke pendekatan yang lebih terfokus pada kegiatan pelatihan bagi petugas bank, penelitian dan penyediaan informasi. BI (2015) menjelaskan bahwa untuk memberdayakan kelompok ekonomi lemah atau sektor usaha kecil adalah dengan menyediakan sumber pembiayaan usaha yang terjangkau. Salah satu strategi pembiayaan untuk kelas ini adalah bisnis kredit mikro, yaitu lembaga keuangan mikro.

Pemerintah sebagai regulator pada dasarnya telah mengeluarkan banyak program atau skema yang telah disediakan untuk memberdayakan UMKM, yaitu (BI, 2015):

1. Kredit Usaha Rakyat (KUR), seperti dibahas di atas.
2. Pinjaman Pengamanan Pangan dan Energi (KKPE). KKPE adalah kredit investasi atau modal kerja yang diberikan untuk mendukung program ketahanan pangan yang diberikan melalui kelompok tani atau koperasi.
3. Program Agribisnis Pertanian (PUAP). PUAP adalah fasilitas bantuan modal ventura bagi petani anggota, dimana petani, buruh tani, dan rumah tangga petani dikoordinasikan oleh kombinasi kelompok tani.
4. Pinjaman Usaha Pembibitan Ternak (KUPS).
5. Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM). PNPM merupakan program yang dikeluarkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam bentuk kemitraan dan pengembangan masyarakat. Program ini berangkat dari kepedulian BUMN untuk memberdayakan UMKM melalui pangsa 2,5 persen yang digunakan untuk pemberdayaan UMKM. Hal ini juga mendorong pemberdayaan UMKM akan dilakukan oleh sektor swasta melalui corporate social responsibility (CSR), pembinaan manajemen dan berbagai kegiatan pemasaran produk UMKM. CSR juga diharapkan bisa dilakukan oleh industri perbankan Indonesia untuk memberikan akses kredit yang mudah bagi UMKM.

Saat ini, Bank Indonesia juga melakukan serangkaian kegiatan pemberdayaan UMKM dalam bentuk konsultan keuangan mitra bank. Program ini dimaksudkan sebagai bantuan manajerial di bidang keuangan, pemasaran, kapasitas manajemen, dan administrasi UMKM. Hal yang sama juga dilakukan oleh beberapa pemerintah daerah dalam bentuk program ekonomi masyarakat lokal dan keunggulan komparatif daerah. Seluruh program telah disosialisasikan dengan baik sehingga program pemberdayaan UMKM dapat diakses dengan mudah (BI, 2015). Beberapa insentif fiskal tersedia untuk mendorong pengembangan UMKM di Indonesia, misalkan adalah sebagai berikut (BI, 2015):

1. Penciptaan lingkungan usaha UMKM. Tujuan dari program ini adalah untuk memfasilitasi pelaksanaan lingkungan bisnis yang efisien secara ekonomi, cukup kompetitif dan tidak diskriminatif untuk keberlanjutan dan peningkatan kinerja UMKM.
2. Pengembangan sistem pendukung usaha UMKM. Program ini bertujuan untuk memfasilitasi, mempercepat, dan memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif agar dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan potensi

sumber daya lokal dan menyesuaikan skala bisnis mereka sesuai dengan tuntutan efisiensi.

3. Kewirausahaan dan UMKM keunggulan kompetitif. Program ini bertujuan untuk mengembangkan semangat kewirausahaan dan kewirausahaan dan meningkatkan daya saing UMKM sehingga pengetahuan kewirausahaan dan sikap tumbuh dan produktivitas meningkat;
4. Pemberdayaan Usaha Kecil. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang berkecimpung dalam kegiatan ekonomi di sektor informal usaha mikro, terutama mereka yang masih memiliki status keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan tetap melalui upaya peningkatan kapasitas usaha agar lebih mandiri.
5. Meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan koperasi agar koperasi dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.
6. Penciptaan lingkungan usaha UMKM. Tujuan dari program ini adalah untuk memfasilitasi pelaksanaan lingkungan bisnis yang efisien secara ekonomi, cukup kompetitif dan tidak diskriminatif untuk keberlanjutan dan peningkatan kinerja UMKM.
7. Pengembangan sistem pendukung usaha UMKM. Program ini bertujuan untuk memfasilitasi, mempercepat, dan memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif agar dapat memanfaatkan peluang terbuka dan potensi sumber daya lokal dan menyesuaikan skala bisnis mereka sesuai dengan tuntutan efisiensi.
8. Keunggulan kompetitif Entrepreneurship dan UMKM. Program ini bertujuan untuk mengembangkan semangat kewirausahaan dan kewirausahaan dan meningkatkan daya saing UMKM sehingga pengetahuan kewirausahaan dan sikap tumbuh dan produktivitas meningkat;
9. Pemberdayaan Usaha Kecil. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang berkecimpung dalam kegiatan ekonomi di sektor informal usaha mikro, terutama mereka yang masih memiliki status keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan tetap melalui upaya peningkatan usaha. kapasitas agar lebih mandiri.
10. Meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan koperasi agar koperasi dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.

Dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, kontrol pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UMKM. Untuk menguasai pasar, UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat yang terkait dengan faktor produksi, pasar, dan lainnya. Informasi mengenai pasar produk diperlukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM. Informasi pasar dari pasar produk atau komoditas yang dibutuhkan misalnya (1) jenis barang atau produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen di wilayah tertentu, (2) bagaimana daya beli produk, (3) berapa harga pasar yang berlaku, (4) selera konsumen di pasar lokal, regional, dan internasional (OECD, 2004). Dengan demikian, UMKM dapat mengantisipasi berbagai kondisi pasar sehingga dalam menjalankan usahanya akan lebih inovatif.

Sedangkan informasi pasar yang berhubungan dengan faktor produksi juga dibutuhkan terutama untuk mengetahui: (1) sumber bahan baku yang dibutuhkan, (2) harga bahan baku, (3) tempat dan bagaimana mendapatkan modal usaha, (4) tempat

mendapatkan tenaga profesional, (5) tingkat upah atau gaji yang sesuai untuk pekerja, (6) tempat mendapatkan alat atau mesin yang dibutuhkan. Informasi pasar yang komprehensif dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk merencanakan bisnis mereka dengan benar, misalnya: (1) membuat desain produk yang disukai oleh konsumen, (2) menentukan harga kompetitif di pasar, (3) mencari tahu pasar mana yang harus ditargetkan dan lainnya. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam mendorong keberhasilan UMKM dalam memperoleh akses untuk memperluas jaringan pemasarannya.

Selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan informasi pasar, UMKM juga perlu kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan bisnis mereka kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun luar negeri. Selama ini, promosi UMKM sebagian besar dilakukan melalui pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan dan transaksi dengan konsumen tidak dapat dijamin keberlanjutannya. Hal ini dapat disebabkan oleh jarak yang jauh atau kurangnya batasan intensitas komunikasi. Faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis sangat penting karena dengan komunikasi akan menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan lama, juga memungkinkan kedatangan pelanggan baru.

Setyobudi (2007) menyebutkan bahwa Bank Indonesia lebih fokus pada penguatan lembaga pendukung UMKM melalui peningkatan kapasitas dalam bentuk kegiatan pelatihan dan penelitian yang mendukung pemberian kredit kepada UMKM seperti:

- 1) Pelatihan kepada lembaga pelaksana UMKM, untuk meningkatkan kemampuan kredit UMKM
- 2) Pembentukan Pusat Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, sebagai pilot project, yang merupakan salah satu tugasnya adalah melakukan pelatihan dan akreditasi UMKM.
- 3) Pengembangan Sistem Informasi Terpadu Pengembangan Usaha Kecil sebagai sarana untuk menyebarluaskan dengan cepat hasil penelitian dan informasi lainnya. Sistem ini terdiri dari Baseline Economic Survey Information System, Sistem Informasi Agroindustri Berorientasi Ekspor, Sistem Informasi Model Pemberian Kredit Usaha Kecil, Sistem Pendukung Keputusan, dan Sistem Informasi Prosedur untuk Mendapatkan Kredit. Sistem ini bisa diakses melalui website Bank Indonesia.
- 4) Berbagai penelitian dalam rangka memberikan informasi untuk mendukung pengembangan UMKM. Kegiatan penelitian ini terutama diarahkan untuk mendukung penentuan arah dan kebijakan Bank Indonesia dalam rangka memberikan bantuan teknis dan juga dalam rangka memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan UMKM. Dalam upaya meningkatkan peran UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, Bank Indonesia melakukan studi tentang identifikasi peraturan pusat dan daerah dalam rangka pengembangan UMKM serta mempelajari dan melaksanakan proyek percontohan untuk kelompok pengembangan UMKM.

Selanjutnya, karena era persaingan pasar bebas ditandai dengan penggunaan teknologi informasi (TI) oleh mayoritas perusahaan-perusahaan besar, maka untuk dapat memenangkan persaingan UMKM juga harus mulai akrab dengan penggunaan teknologi informasi dalam menopang bisnis mereka. TI adalah bentuk teknologi yang digunakan untuk membuat, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam

segala bentuknya. Dengan pemanfaatan teknologi informasi ini, UMKM bisa masuk ke pasar global. Perusahaan kecil di luar negeri seperti toko buku Amazon, Yahoo portal, dan perusahaan lelang sederhana eBay kini menjadi perusahaan raksasa hanya dalam waktu singkat karena memanfaatkan TI dalam mengembangkan bisnisnya.

Memanfaatkan TI dalam menjalankan bisnis atau yang biasa dikenal dengan *e-commerce* bagi UMKM dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman pesanan pelanggan secara lebih cepat, memberikan dan menerima penawaran dengan cepat, dan mendukung transaksi cepat tanpa kertas (*paperless*). Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang untuk menembus ekspor terbuka secara luas. Selain itu, biaya transaksi juga bisa diturunkan dengan adanya kelebihan-kelebihan yang diberikan oleh TI. Biaya transaksi adalah biaya yang dikeluarkan dari proses kegiatan usaha. Biaya ini termasuk biaya komunikasi (baik di dalam organisasi maupun dengan organisasi lain), membeli asuransi, mendapatkan informasi yang berkaitan dengan produk dan layanan, sesuai dengan kontrak dan banyak lagi. Biaya semua ini berpotensi dapat dikurangi dengan sistem TI yang lebih baik. Hal ini terutama berlaku untuk jaringan, yang dapat mengurangi biaya komunikasi antar bagian geografis selain dari organisasi, pemasok, dan pelanggan.

Hal positif yang bisa didapat dengan memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan bisnisnya adalah: (1) dapat meningkatkan promosi produk dan layanan melalui kontak langsung, kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan, (2) membuat saluran distribusi yang ada. produk, (3) biaya pengiriman informasi kepada pelanggan lebih efisien daripada layanan pos atau pos, (4) waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik.

Karena itu, untuk UMKM di Indonesia dengan segala keterbatasan, bisa berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi. Namun, UMKM membutuhkan dukungan dalam bentuk pelatihan dan penyediaan fasilitas dimana tanggung jawab terbesar untuk menyediakan fasilitas ini berada di tangan pemerintah. Pusat Pengembangan UMK berbasis IT perlu dibangun di setiap kabupaten/kota. Ini adalah ruang khusus yang dilengkapi dengan seperangkat komputer yang terhubung ke internet, dan dilengkapi dengan situs UMKM masing-masing daerah, di bawah pengelolaan dan pembiayaan dari pemerintah daerah.

Pada dasarnya, banyak produk UMKM Indonesia memiliki kualitas yang sama dengan produk luar negeri, atau bahkan lebih baik lagi. Namun, produk eksternal ini sering unggul dalam teknologi, berkenaan dengan teknologi produksi, kemasan, dan pemasaran. Untuk memenangkan persaingan, UMKM juga harus berkembang dengan baik. Diharapkan bantuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat meningkatkan kinerja UMKM. Jadi walaupun ada sedikit perbedaan biaya dengan sistem tradisional, UMKM dapat menikmati fasilitas TI yang akan memberikan imbal hasil yang setara. Dengan pemanfaatan TI secara optimal UMKM akan lebih siap bersaing tidak hanya di dalam negeri tapi juga dengan produk luar negeri dalam hal kualitas, pengemasan, dan kecepatan operasi perusahaan dan yang lebih penting dalam pemasaran produk mereka.

Dari berbagai temuan dalam pembahasan di atas yang bersumber dari berbagai literatur yang ada maka diketahui bahwa berbagai skema pendanaan UMKM yang ada belum mampu memenuhi kebutuhan keuangan seluruh UMKM yang ada di Indonesia, sehingga *hipotesis dalam penelitian ini didukung*. Dengan demikian pemerintah perlu menambahkan volume dana dari berbagai skema yang sudah ada dan membuat berbagai

skema pendanaan baru untuk mengatasi persoalan keuangan UMKM di Indonesia sehingga usaha ini akan semakin maju dan berkembang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam pemberian pinjaman. Saat ini, skema kredit yang sangat akrab di masyarakat adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang khusus ditujukan untuk UMKM dengan kategori usaha layak, tanpa agunan. Selain KUR ada juga skema-skema pendanaan lain dari pemerintah yaitu : Pinjaman Pengamanan Pangan dan Energi (PPPE), Program Agribisnis Pertanian (PAP). Pinjaman Usaha Pembibitan Ternak (PUPT), dan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM). Selanjutnya, penguatan lembaga pendukung UMKM dapat dilakukan melalui kemudahan akses dan peningkatan kapasitas dalam bentuk dalam bentuk bantuan dari pemerintah yang berupa kegiatan pelatihan dan penelitian yang mendukung pemberian kredit kepada UMKM.

Strategi untuk mengantisipasi mekanisme pasar yang lebih terbuka dan kompetitif, terutama di kawasan Asia termasuk Indonesia adalah penguasaan pasar, yang merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UMKM. Untuk dapat mendominasi pasar, UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat terutama informasi yang berkaitan dengan pasar produksi dan pasar faktor produksi untuk memperluas jaringan pemasaran produk UMKM. Aplikasi teknologi informasi di kalangan mikro, kecil dan menengah akan mempermudah UMKM dalam memperluas pasar baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pembentukan Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT dinilai mampu mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di era teknologi informasi saat ini.

### **Saran**

Beberapa kendala UMKM di banyak negara berkembang termasuk Indonesia adalah kurangnya bahan baku yang harus diimpor dari negara lain untuk proses produksinya. Diperlukan bantuan pemerintah dalam hal penyediaan infrastruktur untuk mempermudah dan mempercepat proses pengadaan bahan baku tersebut. Infrastruktur ini sangatlah diperlukan oleh UMKM karena infrastruktur mempengaruhi semua jenis usaha. Kondisi-kondisi eksternal seperti pemadaman listrik, jalan tersapu banjir, tidak adanya fasilitas pelabuhan dan perkeretaapian mempengaruhi operasional sehari-hari UMKM dan juga bisnis skala besar lainnya. Infrastruktur yang tidak lengkap atau kurang terpelihara sangat berdampak pada UMKM dan bisnis lainnya yang pada akhirnya akan mempengaruhi mata pencaharian masyarakat, khususnya kaum miskin pedesaan.

Selanjutnya, supaya dapat menjangkau semua strategi dalam memenangkan persaingan, UMKM memerlukan bantuan teknis dalam hal pembiayaan sehingga UMKM di Indonesia dapat bersaing dengan bisnis lain. Diperlukan bantuan pemerintah dalam hal tambahan skema pembiayaan atau pinjaman seperti KUR dan beberapa skema yang sudah ada seperti dijelaskan di atas. Namun, ketersediaan dana dari skema-skema tersebut masih belum cukup untuk mengakomodasi kebutuhan finansial seluruh UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia harus menyediakan

tambahan skema pembiayaan lainnya untuk UMKM dengan persyaratan yang lebih mudah seperti dalam program KUR.

Terkait dengan kemajuan TI yang sangat berdampak pada kegiatan UMKM, maka pemerintah harus memfasilitasi UMKM dalam hal penguasaan TI untuk mendukung bisnis mereka seperti dengan menyediakan infrastruktur TI yang dibutuhkan dan juga pelatihan dan pendampingan dalam implementasinya. Dengan demikian diharapkan UMKM di Indonesia akan semakin maju dan berkembang, yang pada akhirnya akan berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi negara, pengurangan pengangguran, dan pengentasan kemiskinan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bayu, K., & Sulistiyo, D. (2012). Model pembiayaan usaha kecil dan menengah pemasok ke peritel besar. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 10 (1), 51-64.
- Beaulieu, P. R. (1996). A note on the role of memory in commercial loans officers' use of accounting and character information. *Accounting, Organizations and Society*, 21 (6), 515-528.
- BPS. (2016). <http://www.bps.go.id>
- BI. (2015). Profil bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). <http://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>.
- BI. (2016a). Laporan perkembangan kredit UMKM triwulan II 2016. <http://www.bi.go.id/id/umkm/kredit/laporan/Documents/Laporan%20Perkembangan%20Kredit%20UMKM%20Triwulan%20II%202016.pdf>
- BI. (2016b). Laporan perkembangan kredit UMKM per desember 2016. [http://www.bi.go.id/id/MSMEs/kredit/data/Documents/Perkembangan%20Kredit%20MSMES%20dan%20MKM%20Des%202016\\_BD.pdf](http://www.bi.go.id/id/MSMEs/kredit/data/Documents/Perkembangan%20Kredit%20MSMES%20dan%20MKM%20Des%202016_BD.pdf)
- GPFI. (2011). *Strengthening access to finance for women-owned SMEs in developing countries*. International Financial Corporation, Pennsylvania, USA.
- Kementerian Perdagangan. (2013). *Analisis peran lembaga pembiayaan dalam pengembangan*. Jakarta: Penerbit Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 60/KMK.016/1996 tentang Perubahan Pasal 3 Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor: 316/Kmk.016/1994 Tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana dari Bagian Lembaga Badan Usaha Milik Negara. <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1996/60~KMK.016~1996Kep.htm>
- Krisnamurthi, B. (2002). *RUU keuangan mikro: Rancangan keberpihakan terhadap ekonomi rakyat*. <http://www.bmm-online.org>.
- OECD. (2004). *Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy: Towards a more responsible and inclusive globalisation*. Proceeding 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), Turkey.
- Peria, M.S.M. (2009). Bank financing to SMEs: What are Africa's specialties. *Private Sector & Development*, 5-7.
- Ramadhansyah, & Silalahi, S. A. (2013). Pengembangan model pendanaan UMKM berdasarkan persepsi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5 (1), 30-40.
- Ravallion, M. (2004). *A poverty-inequality trade off?*. Working Paper. Development Research Group, World Bank.

- Setiawan, A. H., & Rejekiingsih, T.W. (2009). Pengaruh program dana bergulir untuk usaha mikro, kecil, dan menengah. *ASET*, 109-115.
- Setyanto, A. R., Samodra, B. R., & Pratama, Y. P. (2015). Kajian strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi perdagangan bebas kawasan ASEAN (Studi kasus kampung batik Laweyan). *Etikonomi*, 14 (2), 205-220.
- Setyobudi, A. (2007). Peran serta bank Indonesia dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan*, 5 (2), 29-35.
- Sharif, T., & Budianingsih, E. (2009). Kajian kontribusi kredit bantuan perkuatan dalam mendukung permodalan UMKM. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, 4, 62-87.
- Sudaryanto, S., Ragimun, R., & Wijayanti, R. R. (2014). *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Working Paper. FEB Universitas Negeri Jember.
- Suyono, E., Omar, A.F., & Riswan, R. (2016). Toward a model of traditional retailers and sellers empowerment in improving competitiveness against modern markets in Banyumas region, Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 25 (2), 147-165.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia. <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/uu%20bi%2023%20th%2099.pdf>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2004 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia. [http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/uu\\_bi\\_no0304.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/uu_bi_no0304.pdf)
- Wardoyo, & Prabowo, H. (2005). *Kinerja lembaga keuangan mikro bagi upaya penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah Jabotabek*. Prosiding Seminar Nasional PESAT 2005, Universitas Gunadarma.