



Analisis Rekomendasi Kebijakan Litbang Terhadap Peningkatan dan Pengembangan UMKM di Kabupaten Ketapang

Utin Heny Rosnita

Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Ketapang, Indonesia

Email : utinheny.ktp@gmail.com

Kata Kunci

rekomendasi kebijakan, penelitian dan pengembangan, UMKM

Abstrak

Strategi dan Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Ketapang dalam upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat secara tegas sudah tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Ketapang Tahun 2025-2029. Kebijakan ini antara lain bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan strategi mengembangkan kerjasama dan kemitraan dalam pembangunan industri pengolahan, industri peralatan dan industri jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas rekomendasi kebijakan yang dihasilkan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Ketapang dalam mendukung Peningkatan dan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang ada di Kabupaten Ketapang. UMKM merupakan sektor yang strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah, namun pada kenyataannya UMKM mengalami berbagai macam kendala dan tantangan seperti akses permodalan, inovasi, promosi, distribusi, digitalisasi dan keterbatasan produksi serta sumber daya bahan baku. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif, data dikumpulkan dari dokumen kajian Penelitian dan Pengembangan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar rekomendasi penelitian dan pengembangan telah mengidentifikasi isu utama UMKM secara tepat, namun tingkat implementasi di perangkat daerah masih rendah akibat keterbatasan koordinasi lintas sektor dan alokasi anggaran. Oleh karena itu diperlukan penguatan peran Badan Penelitian dan Pengembangan dalam menyusun Rekomendasi yang lebih aplikatif serta peningkatan sinergi antara Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Ketapang, Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian perdagangan Kabupaten Ketapang serta pelaku UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap upaya formulasi kebijakan berbasis Bukti (evidence-base Polity) guna meningkatkan kinerja UMKM secara berkelanjutan.

Keywords

policy recommendations, research and development, MSMEs

Abstract

The strategy and policies of the Ketapang Regency Regional Government in an effort to improve the community's economy are expressly listed in the Regional Medium-Term Development Plan (RPJMD) of Ketapang Regency for 2025-2029. This policy aims to improve the welfare of people who have Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) with a strategy to develop cooperation and partnerships in the development of the processing industry, equipment industry and service industry. This study aims to analyze the effectiveness of policy recommendations produced by the Ketapang Regency Research and Development Agency in supporting the Improvement and Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Ketapang Regency. MSMEs are a strategic sector in encouraging economic growth in the region, but in reality MSMEs experience various obstacles and challenges such as access to capital, innovation, promotion, distribution, digitalization and limited production and raw material resources. Through a qualitative-descriptive approach, data was collected from Research and Development study documents. The results of the study show that most of the research and development recommendations have identified the main issues of MSMEs accurately, but the level of implementation in the regional apparatus is still low due to limited cross-sector coordination and budget allocation. Therefore, it is necessary to strengthen the role of the Research and Development Agency in preparing more applicable Recommendations and increase the synergy between the Ketapang Regency Research and Development Agency, the Cooperatives, MSMEs, and the Ketapang Regency

Industrial Agency, as well as MSME actors. This research contributes to the effort to formulate evidence-based policies to improve the performance of MSMEs in a sustainable manner.

PENDAHULUAN

Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang secara tegas menyatakan bahwa UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (DPR RI, 2023; Indriasri et al., 2017; Menengah et al., 2017; Sapti, 2019). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu kontributor terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, yang dapat memberi andil besar lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan menjadi kunci pengaman ekonomi kerakyatan (Ghazani, 2015; Remy Nakula Urbaningrum, 2025). Oleh karena itu, keberadaan usaha ini perlu mendapat perhatian dalam pembinaannya agar dapat memberikan sumbangan yang lebih baik dalam pertumbuhan ekonomi perdesaan, maupun dalam penyerapan tenaga kerja dalam rangka penanggulangan pengangguran dan mengurangi kemiskinan (Rinawati & Sadewo, 2019). UMKM mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan. Dalam mendukung perekonomian Indonesia diperlukan pondasi ekonomi yang kuat dan mendasar yang dapat dikembangkan dalam perekonomian masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pondasi ekonomi kerakyatan yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, berperan besar dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Hidayatillah, 2021; Sidin & Indiarti, 2020; Susanti, 2017; Widagdo & Lestari, 2023; Wijaya, 2021). Sektor ini sangat beragam, mulai dari kuliner, fashion, hingga pertanian, dan mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan adopsi teknologi digital. Pemerintah mendukung UMKM melalui berbagai program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan fasilitas lainnya, sementara pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas produk dan pemanfaatan teknologi untuk menghadapi kendala seperti keterbatasan manajemen dan persaingan pasar.

Arah kebijakan dalam rangka peningkatan nilai tambah ekonomi yang melibatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tercantum pada RPJM Nasional tahun 2025-2029 sebagai upaya pencapaian sasaran Prioritas Melanjutkan Pengembangan Infrastruktur dan Meningkatkan Lapangan Kerja yang Berkualitas, Mendorong Kewirausahaan, Mengembangkan Industri Kreatif serta Mengembangkan Agromaritim Industri di Sentra Produksi melalui Peran Aktif Koperasi dilakukan serangkaian intervensi pada masing-masing arah kebijakan yaitu Peningkatan produktivitas usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dilaksanakan melalui (a) pengembangan koperasi sektor produksi; (b) peningkatan kapasitas usaha dan akses sumber daya produktif; serta (c) pengembangan kewirausahaan (Bahri et al., 2018). Pengembangan koperasi sektor produksi utamanya dilakukan melalui pengembangan usaha koperasi yang difokuskan pada koperasi yang bergerak di sektor agromaritim, peningkatan peran dan kapasitas kelembagaan koperasi, penguatan kapasitas sumber daya manusia dan reputasi koperasi, serta penguatan sistem pengawasan koperasi (Oktaria & Sari, 2021; Syarif & Tilopa, 2021). Peningkatan kapasitas usaha dan akses sumber daya produktif utamanya dilakukan melalui perluasan akses ke perizinan usaha, penyediaan skema dan fasilitasi akses pembiayaan usaha, pelatihan sumber daya manusia berbasis kompetensi, perluasan akses pasar, pelibatan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam ekosistem rantai nilai komoditas unggulan, akselerasi digitalisasi dan pemanfaatan teknologi tepat guna, peningkatan mutu produk melalui standarisasi dan sertifikasi, serta pengembangan usaha mikro, kecil, dan

menengah berkelanjutan. Sementara itu, pengembangan kewirausahaan utamanya dilakukan melalui inkubasi usaha, penyediaan platform terintegrasi yang menghubungkan wirausaha dengan ekosistem usaha, peningkatan kapasitas tenaga kerja dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pelatihan dan pendampingan, pemutakhiran regulasi terkait pengembangan kewirausahaan nasional, serta didukung dengan pengelolaan dan pemanfaatan Basis Data Tunggal usaha mikro, kecil, dan menengah.

Strategi dan Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Ketapang dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat secara tegas sudah tercantum pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Ketapang Tahun 2025-2029, pada Misi 3 Peningkatan Perekonomian Masyarakat Secara Berkeadilan. Misi ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi ekonomi Kabupaten Ketapang yang melimpah, seperti sektor pertanian, perkebunan, dan perikanan, guna meningkatkan perekonomian masyarakat serta membangun daya saing daerah. Pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal diharapkan dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan mengembangkan sektor-sektor unggulan ini, masyarakat dapat memperoleh peluang usaha dan lapangan kerja yang lebih luas, sehingga kesejahteraan masyarakat dapat meningkat secara signifikan. Pembangunan daya saing daerah harus ditopang oleh keterlibatan berbagai sektor, aktor, serta tenaga kerja yang berkualitas. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang stabil dan kompetitif. Dengan memastikan akses yang lebih luas terhadap pelatihan, teknologi, serta pasar yang lebih besar, Kabupaten Ketapang dapat mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan. Upaya ini tidak hanya memperkuat ketahanan ekonomi daerah, tetapi juga membuka peluang bagi pertumbuhan yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Arah kebijakan menekankan pada Peningkatan kemitraan UMKM dengan perusahaan dan Peningkatan keterkaitan UMKM pada rantai nilai industri domestik dan global. Dengan adanya kemitraan UMKM dengan Usaha Besar memiliki harapan besar untuk dapat membantu menurunkan ketimpangan dan meningkatkan pemerataan kesejahteraan (Prabowo & Wiwoho, 2025). Berikut ini data peningkatan dan perkembangan UMKM di Kabupaten Ketapang.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Kabupaten Ketapang Tahun 2019-2024

Tahun	Usaha Besar	Usaha Menengah	Usaha Kecil	Usaha Mikro	Total
2019	110	295	36	244	685
2020	57	119	12	85	273
2021	175	466	158	1.118	1.917
2022	327	895	78	2.657	3.957
2023	304	1.003	186	4.802	6.295
2024	309	809	223	7.113	8.454
Total	1.282	3.587	691	16.019	21.581

Sumber : Data OSS (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa peningkatan UMKM setiap tahunnya mengalami tren peningkatan sehingga jumlah Usaha Mikro sampai dengan tahun 2024 mencapai 16.019 pelaku usaha. Hal ini menjadi potensi yang sangat besar untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengurangan pengangguran di Kabupaten Ketapang.

Penelitian terdahulu memberikan kontribusi penting terhadap kajian pengembangan UMKM di Indonesia, namun masih menyisakan kesenjangan yang perlu diisi oleh penelitian ini. Penelitian oleh Hamjen, Rumata, Damanik, & Sasongko (2023) menyoroti transformasi digital UMKM di Indonesia dengan menekankan pada hambatan organisasi, keterbatasan keterampilan digital, dan tantangan adopsi teknologi. Meskipun komprehensif, penelitian

tersebut bersifat deskriptif dan belum berfokus pada konteks daerah pedesaan serta belum mengaitkan kesiapan digital dengan kebijakan lokal atau integrasi rantai nilai industri. Sementara itu, Ilyas & Hartono (2023) meneliti pengaruh digitalisasi terhadap pertumbuhan UMKM di Bangka Belitung dan Yogyakarta, menemukan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja, tetapi ruang lingkupnya terbatas pada dua provinsi dan belum membahas secara mendalam kolaborasi institusional serta ekosistem kebijakan daerah, seperti yang terjadi di Kabupaten Ketapang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana UMKM di Kabupaten Ketapang mengembangkan kemampuan digital, memanfaatkan kemitraan industri, dan berpartisipasi dalam rantai nilai dalam kerangka strategi pembangunan ekonomi daerah. Manfaat penelitian ini adalah memberikan rekomendasi kebijakan yang aplikatif bagi pemerintah daerah, panduan praktis bagi pengembangan program pemberdayaan UMKM, serta kerangka analisis baru untuk memahami kesiapan digital dan kelembagaan UMKM di wilayah pedesaan Indonesia.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis kebijakan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Ketapang. Pendekatan ini digunakan karena topik penelitian berfokus pada kebijakan dan dokumen perencanaan strategis yang telah diterbitkan oleh lembaga pemerintah serta hasil-hasil penelitian terdahulu. Data yang digunakan berasal dari berbagai sumber sekunder seperti buku, artikel ilmiah, jurnal nasional dan internasional, laporan hasil penelitian Lembaga Penelitian dan Pengembangan (Litbang), peraturan perundang-undangan, laporan resmi pemerintah, serta sumber daring yang relevan. Analisis dilakukan dengan menafsirkan dan membandingkan isi berbagai literatur guna mengidentifikasi pola, kesenjangan, serta efektivitas kebijakan dalam meningkatkan kapasitas digital, kemitraan industri, dan integrasi rantai nilai UMKM di daerah. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika kebijakan pengembangan UMKM di Ketapang sekaligus memberikan rekomendasi berbasis data untuk peningkatan ekonomi daerah yang berkeadilan dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan UMKM dihadapkan pada perkembangan dinamika usaha yang sangat dinamis. yang menuntut pelaku usaha harus mampu terus beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang cepat berubah dan persaingan yang ketat. Analisis dan Rekomendasi kebijakan yang disampaikan kepada tiga pihak, yakni:

Bagi pelaku UMKM, rekomendasi yang dapat diberikan atas hasil kajian yang telah dilakukan yaitu

Aspek Produksi

Daya saing berkelanjutan bagi para penggiat UMKM adalah dengan memperhatikan aktifitas menciptakan nilai dalam bentuk produk dengan mentransformasikan input menjadi output, atau yang dikenal dengan aspek produksi. Aspek produksi yang perlu diperhatikan oleh UMKM pada sektor Makanan, Minuman dan Kuliner di Kabupaten Ketapang diantaranya:

- 1) Design of goods, pelaku UMKM hendaknya meninjau kembali produk apa yang akan ditawarkan di pasar. Apakah produk yang selama ini dipasarkan merupakan produk yang memiliki potensi nilai jual atau mampu mendatangkan profit. Beberapa cara sederhana untuk melihat apakah produk yang akan diproduksi merupakan produk yang memiliki

potensi pasar, diantaranya melakukan survei pra-penjualan atau promosi awal, melihat hasil penjualan selama ini apabila produk sudah dijual atau melihat produk yang dibuat pesaing yang kemudian dimodifikasi. Setelah produk yang berpotensi dijual telah ditinjau, hal yang tidak boleh dilupakan adalah penentuan spesifikasi produk yang nanti akan dijual. Spesifikasi produk terkait dengan komposisi bahan yang dipilih dalam proses terbentuknya produk, variasi bentuk produk yang menjadi daya tarik serta fungsionalnya, packaging design yang harus memperhatikan aspek kemudahan dalam proses produksi, distribusi dan pemasaran serta menjadi magnet daya tarik, branding yang menjadi identitas dan nilai bagi produk tersebut.

- 2) **Managing quality**, pelaku UMKM harus benar-benar memastikan bahwa produk yang diproduksi memiliki kualitas yang dapat bersaing dipasar. Kualitas yang dimaksud mulai dari proses pembuatan yang terjaga kebersihan dan ke-higienisannya, produk tidak mengandung bahan-bahan berbahaya, produk tidak sanagat mudah rusak atau basi, produk yang dibuat memiliki rasa yang enak dan mengandung nutrisi yang baik bagi konsumen, packaging aman dan kuat melindungi, serta produk memiliki informasi yang jelas terkait komposisi, kandungan gizi, kehalalan, masa kadaluarsa dan lisensi keamanan produk.
- 3) **Process and capacity design**, pelaku UMKM memperhatikan aspek proses yang berkaitan dengan rancangan sistem produksi fisik. Hal ini terkait dengan pilihan teknologi yang dipakai, tata letak fasilitas produksi yang benar, jalur proses jelas agar efisien, serta pengendalian mutu produk selama proses produksi berlangsung harus ada, sehingga produk makanan ringan yang gagal atau tidak layak jual dapat terdeteksi.
- 4) **Human resources and job design**, pelaku UMKM harus senantiasa memperhatikan sumber daya manusia yang terlibat dalam proses produksi. Peningkatan pengetahuan, keterampilan inovasi, penggunaan teknologi produksi dan edukasi produksi yang benar, harus senantiasa dilakukan dengan tersistem dan berkala. Tenaga kerja yang terampil akan berdampak pada kualitas produksi yang baik pula.
- 5) **Location selection**, pelaku UMKM juga harus mempertimbangkan penempatan lokasi produksi. Hal ini terkait dengan pemilihan lokasi yang bersih dan tidak kumuh, aman, tidak menyebabkan in-efisiensi karena jauh dari bahan baku atau susah dijangkau dan ialin sebagainya.
- 6) **Layout design**, pelaku UMKM juga perlu memperhatikan aspek tata letak fasilitas produksi dan tata letak produk yang tepat dan efisien. Jangan sampai tata letak yang salah akan menyebabkan proses produksi menjadi tidak teratur karena harus bolak balik kembali kedepan dan kebelakang karena tidak berurutan. Selain itu tata letak produk juga harus diperhatikan. Pelaku UMKM harus memperhatikan mana produk yang baru satu hari diproduksi dan mana produk yang telah tiga hari atau seminggu diproduksi. Produk yang telah lebih dahulu diproduksi hendaknya mendapat prioritas untuk diserahkan ke pasar.
- 7) **Supply-chain management**, pelaku UMKM hendaknya memperhatikan proses pengadaan dan pembelian bahan baku dengan memperhatikan mutu, pengiriman dan inovasi sehingga terjadi pembelian bahan baku yang efektif dan efisien. Selain itu UMKM dapat juga mempertimbangkan kedepan apakah bahan baku dapat diproduksi sendiri atau alih daya, atau dapat juga menggunakan opsi keduanya agar ketersediaan bahan baku senantiasa terjaga.
- 8) **Inventory**, pelaku UMKM juga sangat perlu mempertimbangkanterkait dengan persediaan bahan baku, barang setengah jadi maupun persediaan barang jadi. Hal ini penting diperhatikan agar proses produksi terus dapat berkelanjutan dan ketersediaan produk dipasar dapat terus ada.
- 9) **Scheduling**, pelaku UMKM harus memperhatikan terkait dengan penjadwalan mulai dari perencanaan, proses dan pengendalian produksi. Penjadwalan yang baik akan berdampak pada keteraturan proses produksi dan ketersediaan barang dipasar. Selain itu, kemudahan

dari adanya penjadwalan yang baik akan berdampak pada kontrol perencanaan kapasitas produksi dan inovasi pembuatan produk lainnya.

- 10) Maintenance, pelaku UMKM juga tidak boleh melupakan aspek produksi terkait perawatan fasilitas produksi seperti perawatan alat, mesin dan teknologi produksi, perlengkapan penunjang, lokasi produksi. Fasilitas produksi yang selalu fit akan berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan. Produk yang terjaga kualitasnya tentu memiliki prioritas di hati konsumen.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan aspek penting lainnya yang mampu menjadi alat bagi pelaku UMKM untuk mendatangkan profit dan eksistensi. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu melakukan identifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga terciptalah proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menghantarkan dan menukarkan tawaran yang bernilai kepada pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas.

Rekomendasi untuk pelaku UMKM pada kajian ini dapat disampaikan sebagai berikut:

- 1) Product, pelaku UMKM hendaknya senantiasa menciptakan ide atau gagasan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Ide atau gagasan ini dapat terkait dengan menciptakan macam ragam produk baru dari satu bahan baku utama yang ada selama ini, menciptakan satu produk baru dari kombinasi beberapa bahan baku utama atau memodifikasi atau mengimprovisasi produk yang telah dibuat selama ini untuk menghadirkan nuansa baru yang lebih inovatif.
- 2) Price, pelaku UMKM hendaknya memperhatikan aspek pemasaran yang terkait dengan penetapan harga. Penetapan harga untuk produk yang dibuat UMKM harus benar-benar diperhatikan. Unsur seperti biaya produksi, besaran keuntungan yang ingin diperoleh, harga jual dari produk pesaing, harga jual dari produk substitusi, serta kemampuan daya beli konsumen harus diperhatikan ketika akan menetapkan harga jual. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat menetapkan harga dengan mempertimbangkan positioning produk yang ingin dilakukan, apakah produk tersebut ingin diposisikan sebagai produk yang unggul namun terjangkau sehingga diterapkan cost leadership dengan maksud harga menjadi paling murah dibanding yang lain, atau produk ingin diposisikan sebagai produk unggul dan berbeda sehingga diterapkan differentiation dengan maksud harga diatas pasaran namun produk memiliki nilai yang juga tinggi.
- 3) Place, pelaku UMKM hendaknya memperhatikan bagaimana konsumen dengan mudah mengetahui dan mendapatkan produk yang diproduksi. Membangun jaringan melalui pola kemitraan, outlet, gerai dan galeri dapat menjadi salah satu solusi agar produk tersebar, tersedia dan memiliki daya jangkauan yang luas diberbagai titik-titik lokasi yang strategis. Selain itu waralaba atau franchising menjadi agenda kedepan bagi pelaku UMKM dalam aspek pemasaran. Waralaba akan memnungkinkan pelaku UMKM mengembangkan skala bisnisnya tidak hanya dari penjualan produk saja seperti selama ini, namun penjualan juga dapat dilakukan melalui aspek bahan baku, proses sampai aspek pemasarannya.
- 4) Promotion, pelaku UMKM hendaknya menggunakan segala saluran promosi yang efektif dan efisien dalam memasarkan produknya baik untuk menjangkau pasar skala lokal, nasional maupun internasional. Saluran promosi yang dapat digunakan diantaranya dengan membangun website milik pelaku UMKM sendiri guna membangun brand value, memanfaatkan website pemasaran online milik pemerintah, facebook ads, instagram ads, tiktok, market place nasional (tokopedia, shopee, Lazada) maupun internasional (Alibaba dan amazon). Hal ini penting dilakukan sebagai salah satu cara serius bagi UMKM untuk memasarkan produknya dengan daya jangkauan yang lebih luas. Selain dengan menggunakan media promosi online, pelaku UMKM juga dapat menggunakan media promosi offline dengan cara memanfaatkan berbagai pargelaran dari pemerintah, membangun jaringan

kemitraan dengan outlet, gerai dan galeri dari mitra, membangun wisata edukasi pembuatan makanan, minuman dan kuliner ke dunia pendidikan dan instansi, serta merekrut tenaga penjual atau membuka peluang kerjasama dengan organisasi siswa atau mahasiswa dengan sistem bagi hasil.

- 5) **People**, pelaku UMKM hendaknya terus konsen dan peka terhadap kebutuhan konsumen yang dilayani. Bagaimanapun konsumen yang menjadi target pelaku UMKM adalah makhluk yang sangat dinamis baik kebutuhan maupun keinginannya. Peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat diwujudkan dengan terus melakukan inovasi produk baru atau hasil modifikasi produk yang pesaing yang sedang tren. Selain itu membangun relasi dan interaksi untuk menciptakan komunikasi dua arah melalui media sosial, email, telpon, atau WA, juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan masukan dari konsumen terkait saran-saran membangun atas produk yang kita ciptakan.
- 6) **Programs**, pelaku UMKM perlu memiliki rencana program pemasaran yang terstruktur dengan baik. Hal ini terkait program-program pemasaran apa yang sudah masuk dalam daftar rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Misalnya untuk program pemasaran jangka pendek, pelaku UMKM merencanakan akan mendistribusikan produknya pada gerai yang ada di wilayah Ketapang dan daerah yang mungkin terjangkau. Untuk jangka menengah, pelaku UMKM telah merencanakan memiliki website, media sosial, platform digital pemasaran guna membangun brand value. Program pemasaran jangka Panjang, pelaku UMKM akan merencanakan program pemasaran melalui franchising dan pusat wisata edukasi pembuatan makanan, minuman dan kuliner sehat dan inovatif. Program-program ini akan membantu pelaku UMKM untuk memiliki langkah-langkah pemasaran sekaligus target pencapaian.
- 7) **Process**, pelaku UMKM juga senantiasa membangun proses pemasaran mulai dari mempelajari ilmu serta strategi pemasaran yang dapat membantu meningkatkan penjualan. Proses upgrade ilmu pemasaran dapat pelaku UMKM lakukan melalui berbagai media pembelajaran, seperti: video uninteraktif, kursus online jarak jauh, membaca buku-buku ringan terkait bagaimana sukses menjual serta dapat pula mengikuti berbagai pelatihan yang diselenggarakan pihak pemerintah. Tahapan proses yang juga harus dilakukan oleh pihak UMKM adalah tidak berhenti mengkreasikan segala ilmu yang pemasaran yang dimiliki dan diperoleh untuk menciptakan formulasi pemasaran yang paling cocok dan berhasil dalam rangka mendorong peningkatan penjualan. Proses ini memang tidak mudah, butuh waktu, biaya serta energi yang tidak sedikit. Namun proses ini penting sebagai salah satu senjata bagi pelaku UMKM menghadapi persaingan yang semakin ketat kedepannya.
- 8) **Performance**, Pelaku UMKM perlu secara berkala menilai apakah kinerja pemasaran yang selama ini dilakukan membuahkan hasil. Penilaian kinerja paling sederhana dapat dilakukan melalui besarnya penjualan perminggu, perbulan, pertiga bulan, persemester maupun pertahun. Penilaian kinerja ini akan berdampak pada konsistensi pelaku UMKM untuk menambah metode pemasaran lain, mengeliminasi, mengganti maupun menciptakan formulasi strategi pemasaran yang berguna untuk meningkatkan penjualan.

Aspek Keuangan

Aspek lain yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM sektor makanan, minuman dan kuliner dalam meraih keberhasilan saat menjalankan bisnis adalah aspek keuangan. Aspek keuangan merupakan aspek yang ruang lingkupnya terkait dengan pendanaan (financing), investasi (investing) dan dividend. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pelaku UMKM subsektor industri makanan ringan dalam aspek keuangan yaitu:

- 1) **Financing**, hendaknya pelaku UMKM merencanakan dan menganalisis pilihan strategi yang paling tepat dalam mencari sumber pendanaan dalam rangka membiayai aktivitas usaha yang dijalankan. Selain dengan modal pribadi, banyak UMKM yang mendapatkan

pembiayaan melalui lembaga keuangan. Selain itu pembiayaan juga diperoleh dari bantuan pemerintah. Pendanaan dapat pula diusahakan melalui kerjasama bagi hasil dengan mencari investor yang bersedia membiayai aktivitas bisnis yang dijalankan. Hal ini memang tidak mudah, namun apabila pelaku UMKM di-upgrade dan mengupgrade diri untuk memiliki keterampilan dalam membuat analisis studi kelayakan bisnis sederhana, bukan tidak mungkin sistem bagi hasil merupakan salah satu solusi pendanaan. Selain itu pendanaan juga dapat diperoleh dengan cara urun dana melalui pendirian kelompok atau komunitas usaha. Urun dana ini diharapkan menjadi solusi bagi UMKM untuk saling membantu dalam pendanaan. Pendanaan juga dapat diperoleh melalui platform pembiayaan skema baru saat ini yang dilegalkan oleh OJK seperti equity crowdfunding. Equity crowdfunding merupakan platform bagi UMKM untuk memperoleh dana segar dari investor melalui skema penjualan saham seperti layaknya jual beli saham di bursa efek. Platform ini memang menyaratkan UMKM yang ingin menjual sahamnya harus memiliki badan hukum PT. Bagi hasil berada pada kisaran 15%-20% pertahun untuk para investor. Dana yang dapat diperoleh maksimal 10 milyar. Kedepan UMKM dapat menggunakan perencanaan pembiayaan ini untuk meningkatkan kelasnya.

- 2) Investing, pelaku UMKM juga perlu memperhatikan aspek strategi alokasi dana untuk kegiatan usahanya. Penting bagi pelaku UMKM untuk memiliki perencanaan pengalokasian dana dalam rangka menunjukkan keseriusan dalam memajukan unit usaha. Rincian perencanaan keuangan terkait dengan seberapa besar alokasi dana untuk kegiatan oprasional usaha sehari-hari, membeli alat atau teknologi baru, riset produk baru, memproduksi difrensiasi produk, upgrade packaging, promosi online berbayar, dan lain sebagainya.
- 3) Dividend, pelaku UMKM perlu melakukan upgrade diri untuk mampu memiliki dan menawarkan skema bagi hasil yang jelas dan terpercaya kepada pihak manapun yang ingin menanamkan modalnya ke unit usaha UMKM. Hal ini penting dilakukan agar kedepan pelaku UMKM memiliki kekuatan financial dalam bisnisnya karena mampu mendatangkan sumber pendanaan tidak hanya dari pribadi dan pemerintah yang terbatas besarnya, namun juga melalui investor.

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia merupakan aspek kunci palingutama dalam memajukan UMKM. Aspek ini berbicara tentang bagaimana pelaku UMKM melakukan upaya perbaikan kualitas manusia sebagai pendukung utama aktifitas bisnis yang dijalankan selama ini. Diantara rekomendasi yang dapat diberikan kepada pelaku UMKM dalam aspek sumber daya manusia yaitu:

- 1) Development, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan. Peningkatan kualitas pengetahuan, sikap dan keterampilan dapat dilakukan melalui seminar, bimtek (bimbingan teknis), pelatihan, studi banding, kajian terapan, kursus offline maupun online, community sharing, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan muatan edukasi bisnis yang dijalankan.

Aspek Strategik

Aspek strategik merupakan aspek yang berbicara terkait rekomendasi strategi yang diberikan kepada pihak UMKM guna menciptakan daya saing (competitive advantage). Adapun rekomendasi strategi yang dapat diberikan diantaranya:

- 1) Concentration vertical, kedepan pelaku UMKM harus memiliki orientasi untuk mengambil alih sebagian atau seluruhnya fungsi dari supplier dan distributor. Pelaku UMKM tidak boleh hanya tergantung pada supplier dalam penyediaan bahan baku. Masa yang akan datang, pelaku UMKM dapat memulai memiliki sumber daya baku mandiri untuk

mengantisipasi ketersediaan pasokan dan kondisi harga yang dinamis. Selain itu, pertumbuhan jaringan yang diharapkan semakin luas juga menjadi rencana strategis kedepan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan jalur distribusi mandiri dan mengurangi ketergantungan pada distributor dalam membantu menjualkan produk yang dihasilkan. Harapannya pelaku UMKM memiliki bargaining position yang kuat dalam hal pemasaran.

- 2) Concentration horizontal, kedepan pelaku UMKM terus berupaya mengekspansi atau memperluas kegiatan bisnisnya ke dalam wilayah geografis yang lebih luas, menambah jangkauan produk baik kepasar lokal, nasional dan internasional.
- 3) Diversification Related, pelaku UMKM dapat menciptakan ragam produk utama menjadi bermacam ragam produk namun masih berhubungan satu sama lain. Misalnya untuk produk makanan kripik ubi, pelaku UMKM dapat membuat kripik dengan beraneka macam varian rasa atau varian kripik dari macam ragam jenis ubi yang berbeda seperti ubi kayu, ubi ungu atau ubi rambat. Strategi ini diharapkan pelaku UMKM dapat menyentuh segmen pasar yang lebih luas karena dapat menjangkau selera konsumen yang berbeda-beda.
- 4) Diversification Un-related, Pelaku UMKM dapat bermain pada industri yang berbeda dengan pertimbangan daya tarik industri juga memiliki potensi yang baik dan menggiurkan. Misalnya, selain bergelut pada industri makanan ringan, pelaku UMKM dapat mencoba bermain pada industri percetakan dan digital printing yang juga menyediakan kebutuhan UMKM dari sisi fasilitas promosi dan kebutuhan packaging.
- 5) Cost Leadership, pelaku UMKM dapat menerapkan strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar yang luas. Strategi ini dapat dilakukan jika pelaku UMKM dapat melakukan pengendalian biaya dan ongkos yang ketat serta meminimalisasi biaya yang tidak penting dan signifikan. Ketersediaan sumber daya yang cukup melimpah dan harga yang cukup murah di kabupaten Ketapang, dapat menjadi salah satu contoh item biaya yang bisa ditekan. Apalagi unsur teknologi juga ikut bermain yang akan mampu menciptakan efisiensi biaya dari sisi tenaga kerja, waktu dan biaya produksi.
- 6) Differentiation, pelaku UMKM dapat menerapkan strategi perluasan pasar melalui penciptaan suatu produk yang kreatif dan unik/ khas yang berbeda dari pesaing dalam industri yang sama. Misalnya kripik tempe coklat dengan packaging khas yang elegan.
- 7) Strategic alliance, pelaku UMKM dapat menerapkankan kemitraan strategis dengan pihak atau unit bisnis lain dalam mencapai tujuan yang saling menguntungkan. Diantara contoh strategi kemitraan strategis yang dapat diterapkan yaitu franchising dan joint venture. Franchising, dimana pelaku UMKM memberikan lisensi kepada pelaku bisnis lain untuk mereplikasi usaha suatu model bisnis yang sudah berjalan. Adapun joint venture dapat dimanfaatkan pelaku UMKM dimana adanya kesepakatan dua atau lebih pihak yang sepakat membentuk unit bisnis Bersama dan saling membawa sumber daya masing-masing untuk digabungkan menjadi satu.

Bagi pemerintah selaku pemangku kebijakan, rekomendasi yang dapat diberikan atas hasil kajian yang telah dilakukan diantaranya

Aspek Regulasi dan Daya Dukung

Aspek regulasi merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Ketapang dan dapat digunakan dalam rangka memajukan sektor UMKM. Diantara rekomendasi untuk pemerintah terkait dengan aspek regulasi dan daya dukung dapat disampaikan sebagai berikut:

- 1) Perda Produk Unggulan Daerah, Peran pemerintah dalam penetapan peraturan daerah tentang produk unggulan daerah (PUD) diharapkan menjadi salah satu bentuk keseriusan untuk memajukan dan mendukung eksistensi UMKM Ketapang. Perda ini diharapkan akan banyak memberikan dukungan kekuatan bagi UMKM yang bergerak pada produksi produk

- unggulan daerah dalam mengakses permodalan, perluasan akses pasar lokal, nasional maupun internasional, peningkatan kualitas pelaku UMKM melalui edukasi dan entrepreneurs school, serta pengadaan fasilitas teknologi tepat guna dan kemudahan birokrasi.
- 2) Lembaga Riset dan Centra UMKM, pemerintah daerah diharapkan berperan serius dalam mendirikan atau memperkuat lembaga riset dan centra UMKM Ketapang. Kehadiran Lembaga Lima Akar Penyanggah UMKM Tanah Kayong dapat sebagai salah satu upaya serius mempercepat UMKM di Ketapang naik kelas. Lembaga riset dan Centra UMKM ini merupakan basis induk bagi UMKM Ketapang dalam memperoleh macam ragam edukasi, membuka akses berbagai jaringan (pendanaan, akses pasar, mitra) serta menjadi media untuk link and match berbagai unit bisnis/ sektor untuk saling mendukung dan menguatkan.
 - 3) Forum kemitraan dengan pemda lain, membangun forum dan kemitraan dengan pemerintah daerah lain, diharapkan mampu menekan ego kedaerahan. Selain itu, pemerintah dapat saling bekerja sama dalam menstabilkan harga pasar, penyediaan pasokan bahan baku serta saling menyediakan informasi mengenai harga dan jaringan pemasaran, sehingga dapat tercipta mata rantai yang saling menguntungkan antar daerah.
 - 4) Hubungan sinergisitas antar SKPD terkait, pemerintah daerah diharapkan memainkan peran sebagai leader dalam memfasilitasi link and match lintas sektoral dan sinergisitas antar SKPD terkait.

Aspek Produksi

Peran pemerintah pada aspek produksi sangat penting dalam rangka mempercepat terciptanya daya saing pelaku UMKM melalui produk unggul yang berkualitas. Produk yang unggul dan berkualitas hanya akan diperoleh apabila UMKM mampu menciptakan nilai produk yang melebihi pesaingnya. Oleh karena itu, rekomendasi untuk pemerintah terkait dengan aspek produksi untuk memajukan UMKM subsektor industri makanan ringan Kabupaten Ketapang diantaranya:

- 1) Program Edukasi Berkelanjutan, Pemerintah diharapkan memiliki program edukasi bagi UMKM yang terjadwal, tersistem dan terkontrol dengan fokus edukasi adalah aspek produksi. Edukasi dapat berupa kombinasi dari metode pembelajaran seperti: pelatihan, seminar, bimtek (bimbingan teknis), studi banding, kajian terapan, kursus offline maupun online. Bahan kajian aspek produksi dapat berupa: Design of goods, Managing quality, Process and capacity design, Human resources and job design, Location selection, Layout design, Supply-chain management, Inventory, Scheduling, Maintenance.
- 2) Teknologi Tepat Guna, Pemerintah Kabupaten Ketapang dapat berperan meningkatkan kualitas daya saing produk UMKM melalui penyediaan atau memberikan bantuan teknologi tepat guna bagi pelaku UMKM. Misalnya pemerintah memberikan kemudahan akses mesin cetak packaging yang telah ada selama ini untuk dapat digunakan oleh para UMKM Ketapang dalam menghadirkan kemasan produk yang full colour, aman dan kuat. Mesin-mesin skala besar seperti ini dapat diterapkan skema gratis atau berbayar yang bersubsidi oleh pemerintah, guna mendorong UMKM naik kelas dan dapat bersaing dengan produk perusahaan besar.
- 3) Sertifikasi dan atribut produk, Pemerintah diharapkan dapat memfasilitasi para pelaku UMKM subsektor industri makanan ringan yang menjadi produk unggulan daerah, untuk memiliki berbagai sertifikasi/ legalisasi seperti P-IRT, kehalalan, register merk dagang serta memiliki atribut produk berupa informasi akurat terkait nilai gizi produk, ingredients, netto, berat bersih, informasi produsen pada kemasan, beserta lokasi dan nomor kontak.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan aspek penting yang menyangkut identifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga terciptalah proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan,

menghantarkan dan menukarkan tawaran yang bernilai kepada pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas. Diantara rekomendasi untuk pemerintah terkait dengan aspek pemasaran dapat disampaikan sebagai berikut:

- 1) Program Edukasi Marketing 5.0, Pemerintah diharapkan memberikan edukasi kepada UMKM Kabupaten Ketapang terkait marketing 5.0. Edukasi marketing 5.0 merupakan edukasi yang berfokus pada strategi pemasaran masa kini dengan ruang lingkup digital marketing, teknologi informasi, internet, social media, big data, generation connected behavior, market place dan lain sebagainya. Program ini penting dilakukan oleh pemerintah sebagai upaya mendukung daya saing UMKM dalam meningkatkan value added (nilai tambah). Program ini harus direncanakan, dilakukan secara berkelanjutan serta dilakukan evaluasi berkala dalam rangka menilai dampak dari pelaksanaan program.
- 2) Akses jaringan pemasaran, Pemerintah secara terus menerus membantu membuka akses jaringan pemasaran ke berbagai lini agar daya jangkau produk-produk UMKM semakin luas baik tingkat lokal, nasional maupun internasional. Untuk akses pasar lokal, pemerintah dapat memaksimalkan pembukaan jaringan kemitraan dengan minimarket, supermarket maupun mall untuk menyediakan satu space bagi produk UMKM Ketapang. Untuk akses pasar nasional, pemerintah dapat memaksimalkan peran dari digital marketing dan platform equity crowdfunding agar UMKM Ketapang cepat naik kelas dan menasional. Untuk akses pasar internasional, pemerintah dapat membentuk sistem dan jaringan kerja (networking) dengan lembaga/asosiasi bisnis dan atase perdagangan luar negeri, khususnya dalam mendukung pemasaran ekspor.

Aspek Keuangan

Peran pemerintah pada aspek keuangan diharapkan memberikan terobosan-terobosan terbaru dalam menghadirkan permodalan bagi UMKM. Aspek keuangan merupakan aspek yang ruang lingkungannya terkait dengan pendanaan (financing), investasi (investing) dan dividend. Rekomendasi kepada pemerintah yang dapat diberikan dalam aspek keuangan diantaranya:

- 1) Program Edukasi Finance 5.0, Pemerintah diharapkan menghadirkan edukasi kepada UMKM Kabupaten Ketapang terkait strategi pembiayaan masa kini dengan skema bagi hasil dan langsung dari investor. Edukasi ini berfokus pada peningkatan kemampuan UMKM dalam menyediakan dokumen studi kelayakan bisnis dan peningkatan level bisnis agar dapat memanfaatkan equity crowdfunding. Equity crowdfunding merupakan platform bagi UMKM untuk memperoleh dana segar dari investor melalui skema penjualan saham seperti layaknya jual beli saham di bursa efek. Dana investor yang dapat diperoleh UMKM bisa mencapai 10 milyar. Dengan skema bagi hasil berada pada kisaran 15%-20% pertahun untuk para investor. Kedepan UMKM dapat menggunakan perencanaan pembiayaan ini untuk meningkatkan kelasnya, sehingga tidak selalu berbicara mengenai lembaga keuangan seperti koperasi atau perbankan.
- 2) Akses pembiayaan 0% bunga, Pemerintah diharapkan dapat berperan meningkatkan kesejahteraan UMKM melalui skema pembiayaan tanpa bunga. Pembiayaan ini dapat dimaksimalkan melalui anggaran khusus yang disediakan pemerintah, CSR dari berbagai perusahaan yang beroperasi di wilayah Ketapang, serta kerjasama dengan Lembaga keuangan. Akses pembiayaan tanpa bunga ini dapat diberikan kepada UMKM yang mempunyai syarat-syarat yang ditentukan, misalnya sudah tuntas mengikuti beragam pelatihan tertentu, usaha sudah berjalan sekian tahun, memiliki sejumlah omset tertentu dan masuk dalam pendataan unit usaha aktif di wilayah Ketapang. Model pendanaan seperti ini diharapkan selain menjadi salah satu solusi juga dapat menjadi motivasi bagi pelaku usaha untuk serius meningkatkan pencapaian-pencapaian bisnisnya.

Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah modal utama kesuksesan UMKM. Peran pemerintah meningkatkan kualitas sumber daya manusia selaku pelaku UMKM perlu diperhatikan secara khusus. Diantara rekomendasi yang dapat diberikan kepada pemerintah dalam aspek sumber daya manusia yaitu:

- 1) Program entrepreneurs school, meningkatkan kualitas pelaku UMKM berarti berbicara mengenai peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan. Pemerintah dapat mendirikan suatu lembaga informal yang memiliki kurikulum paten dalam mencetak entrepreneurship melalui pendirian entrepreneurs school. Entrepreneurs school nantinya dirancang dengan sistem short cours (kursus jangka pendek) dengan durasi 4 minggu sampai 12 minggu. Peserta didik adalah masyarakat Ketapang yang diseleksi dan memang memiliki potensi menjadi pebisnis. Peserta didik akan dibekali pengetahuan tentang bisnis, motivasi bisnis, akses pasar, akses pembiayaan sampai dengan sertifikat kompetensi tertentu.
- 2) Penguatan Kapasitas Lembaga Penunjang, Lembaga penunjang pengembangan ekonomi lokal seperti koperasi, LSM, lembaga penyuluhan, dan lembaga perkreditan dikuatkan fungsinya dalam peningkatan sumber daya Pelaku UMKM. Koperasi diharapkan dapat menjadi salah satu penampung hasil produksi kemudian membantu mengakses informasi harga dan pasar. LSM dan lembaga penyuluh dapat membantu pelaku UMKM dalam menampung aspirasi dan membantu dalam memberdayakan pelaku UMKM. Lembaga perkreditan dan bank dapat memberikan edukasi dan kemudahan kepada pelaku UMKM dalam mengakses modal 0% bunga.

Bagi Badan Usaha Miliki Negara/Swasta (BUMN/BUMS), rekomendasi yang dapat diberikan atas hasil kajian yang telah dilakukan diantaranya

Aspek Daya Dukung

- 1) Supporting Government Programs, BUMN/BUMS diharapkan menjadi salah satu pihak yang berperan aktif dalam mendukung program pemerintah daerah Kabupaten Ketapang yang konsen dalam memajukan UMKM. Dukungan dapat berupa keterlibatan secara aktif dan massif dalam berbagai program yang digulirkan oleh pemerintah melalui pendanaan, sumbangsih pemikiran, transfer knowledge dan pendampingan
- 2) CSR berkelanjutan, Diantara dukungan nyata yang dapat diberikan oleh BUMN/BUMS dapat melalui alokasi CSR yang fokus dalam peningkatan mutu UMKM. Dana CSR dapat digunakan untuk keperluan sektor pembiayaan, pengadaan teknologi tepat guna, program edukasi serta perluasan akses pasar. Keterlibatan CSR ini mendorong pelaku usaha yang dilibatkan mengembangkan pengelolaan perusahaan (corporate governance) yang lebih efisien (Rinawati & Sadewo, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis rekomendasi kebijakan yang dilakukan terhadap peningkatann dan pengembangan UMKM di Kabupaten Ketapang, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Pengembangan UMKM membutuhkan pendekatan multisektor dan holistik, bukan sekadar insentif keuangan. Rekomendasi kebijakan di atas dirancang untuk menjawab tantangan utama UMKM dari sisi Sumber Daya Manusia, pendanaan, kapasitas, pasar, digitalisasi, hingga tata kelola. (2) Pembentukan kemitraan antara pemerintah pusat, daerah dan lembaga pembiayaan dalam hal memberikan bantuan teknis kepada UMKM, sehingga pembinaan yang dilakukan dapat lebih terintegrasi. Hal ini dilakukan untuk mempersiapkan ketahanan UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. (3) Keterlibatan berbagai stakeholder seperti lembaga swasta atau lembaga swadaya masyarakat saling bersinergi dan

mengoptimalkan perannya masing-masing, guna mendukung pengembangan UMKM di Kabupaten Ketapang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. K., Ai, S., Palupi, S. R., Alita, W. N., & Purwati, Y. (2018). Keterkaitan RPJMN tahun 2015–2019 dan RPJMD Provinsi Jawa Tengah tahun 2013–2018. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (JMAN)*, 2(1).
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Ghazani, N. (2015). Kemitraan pengembangan UMKM (studi deskriptif tentang kemitraan PT PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151.
- Hidayatillah, L. (2021). *Analisis pengaruh jumlah penduduk, indeks pembangunan manusia dan produk domestik regional bruto terhadap jumlah penduduk miskin di Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2015–2019* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang].
- Indriasri, A., Suryanti, N., & Afriana, A. (2017). Pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui situs crowdfunding “Patungan.net” dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Acta Diurnal: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan dan Ke-PPAT-an*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/acta.v1i1.71>
- Menengah, D., Situs, M., Indriasari, A., Suryanti, N., & Afriana, A. (2017). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. *Acta Diurnal: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 1(1).
- Oktaria, E. T., & Sari, P. N. (2021). Efektivitas pembiayaan dari koperasi dalam peningkatan kapasitas usaha UMKM: Studi pada UMKM di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati*, 10(1). <https://doi.org/10.33024/jrm.v10i1.4627>
- Prabowo, A. I., & Wiwoho, J. (2025). Kemitraan UMKM–usaha besar: katalisator penguatan ekonomi mikro berkelanjutan. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*, 8(2), 388–400. <https://doi.org/10.20961/shes.v8i2.105099>
- Urbaningrum, R. N. (2025). Pemberdayaan perempuan pesisir sebagai poros utama pembangunan berkelanjutan di Desa Kapetakan Kabupaten Cirebon: membangun kesetaraan. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(7). <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i7.2448>
- Rinawati, H. S., & Sadewo, F. S. (2019). Pengembangan model kemitraan UMKM dengan usaha skala sedang dan besar di Jawa Timur melalui program corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 3(2), 67–77. <https://media.neliti.com/media/publications/504454-none-4c5d8786.pdf>
- Sapti, M. (2019). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Komisi Pengawas Persaingan Usaha*, 53(9).
- Sidin, C., & Indiarti, M. (2020). Pengaruh jumlah usaha mikro kecil menengah dan jumlah tenaga kerja UMKM terhadap sumbangan produk domestik bruto UMKM periode tahun 1997–2016. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2). <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.366>

- Susanti, E. (2017). *Analisis pengaruh produk domestik regional bruto (PDRB) terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat Kabupaten Way Kanan tahun 2010–2015: perspektif ekonomi Islam* [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- Syarif, D., & Tilopa, M. N. (2021). Potensi ekonomi kreatif kerajinan dan kuliner dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Padang. *Jurnal Al-Ahkam*, 12(1).
- Widagdo, H., & Lestari, R. B. (2023). Optimalisasi kinerja UMKM melalui pemanfaatan media sosial. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(2).
- Wijaya, M. (2021). Analisa pengaruh penggunaan e-commerce pada UMKM di Kota Batam. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1).