

## PERAN STRATEGIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (Ukm Dalam Perekonomian Indonesia: Tantangan Dan Peluang)

Yulia Saputri<sup>1</sup>, Shan Jito Gomas<sup>2</sup>, Nurul Alifah<sup>3</sup>, Imam Abidzar Al Ghiffari<sup>4</sup>, Saridawati<sup>5</sup>  
[63220005@bsi.ac.id](mailto:63220005@bsi.ac.id)<sup>1</sup>, [63220605@bsi.ac.id](mailto:63220605@bsi.ac.id)<sup>2</sup>, [63220671@bsi.ac.id](mailto:63220671@bsi.ac.id)<sup>3</sup>, [63220292@bsi.ac.id](mailto:63220292@bsi.ac.id)<sup>4</sup>,  
[saridawati.sti@bsi.ac.id](mailto:saridawati.sti@bsi.ac.id)<sup>5</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM berkontribusi signifikan terhadap menciptakan lapangan kerja, meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB), dan pengurangan kemiskinan. Penelitian ini membahas peran strategis UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan akses modal, teknologi, dan pasar. Selain itu, peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM di era digitalisasi dan integrasi ekonomi global juga diulas. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan dukungan kebijakan yang tepat serta kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM, sektor ini dapat bertransformasi menjadi motor penggerak utama Ekonomi Indonesia di masa depan.

**Kata Kunci:** Strategis Usaha, UMKM, Perekonomian Indonesia, Tantangan, Peluang, Kebijakan.

### ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in the Indonesian economy. As the backbone of the economy, MSMEs contribute significantly to creating jobs, increasing Gross Domestic Product (GDP), and reducing poverty. This research discusses the strategic role of MSMEs in supporting national economic growth, as well as identifying the challenges they face, such as limited access to capital, technology and markets. Apart from that, opportunities that can be exploited by MSMEs in the era of digitalization and global economic integration are also reviewed. The conclusion of this research shows that with appropriate policy support and collaboration between the government, private sector and MSMEs, this sector can transform into the main driving force of the Indonesian economy in the future.*

**Keywords:** Business Strategy, Msmes, Indonesian Economy, Challenges, Opportunities, Policies.

### PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kegiatan ekonomi tradisional dan dominan, mencakup lebih dari 99% perekonomian negara. Bisnis ini menjadi pilihan banyak orang karena bisnisnya mudah dijalankan, membutuhkan sedikit biaya, dan cara pengoperasiannya sederhana. Fungsi yang paling nyata dari usaha kecil dan besar adalah kemampuannya untuk menarik pekerja, dengan kata lain, mengurangi pengangguran. Selain itu, peran UMKM adalah meningkatkan pendapatan masyarakat guna meningkatkan taraf hidup masyarakat, yakni mengurangi kemiskinan. Menurut data (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2017), pangsa UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61,4% dan mencakup 97% dari total angkatan kerja di tanah air. Usaha kecil dan menengah menjadi harapan bagi masyarakat karena lebih mampu bertahan di saat krisis. Oleh karena itu, UMKM dianggap sebagai motor penggerak perekonomian daerah dan nasional. (Anugerah & Nuraini, 2021).

Alasan lainnya adalah pentingnya usaha mikro dan kecil pada sektor-sektor yang memanfaatkan sumber daya alam dan pekerjaan, terutama di bidang pertanian, peternakan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan restoran. Saat ini, perusahaan skala menengah memiliki keuntungan dalam menciptakan nilai tambah di bidang perhotelan, keuangan,

persewaan, jasa bisnis, dan kehutanan. Di sisi lain, perusahaan besar lebih menyukai sektor pengolahan, listrik, gas, telekomunikasi, dan pertambangan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah serta usaha besar saling melengkapi dan membutuhkan, padahal usaha kecil dan menengah mempunyai kekuatan yang lebih besar dalam menarik tenaga kerja dan berbagi pendapatan nasional. (Sofyan, 2017).

Saat ini, permasalahan utama yang dihadapi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, adalah kurangnya kesadaran tentang pentingnya pemasaran digital sebagai sarana pengembangan usaha. Di era digital seperti sekarang, promosi yang efektif adalah yang mampu memanfaatkan teknologi dan media sosial. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menyesuaikan diri dengan teknologi yang ada, serta memanfaatkan peluang digital seperti penggunaan keyword tool, Google Trends, dan Facebook Ads untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu, penting juga bagi pelaku usaha untuk menyadari pentingnya sertifikasi kompetensi sebagai bentuk pengakuan terhadap keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun ekonomi digital di Indonesia berkembang pesat, masih ada tantangan yang perlu diatasi. Salah satu masalah utama adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kualitas dan keterampilan yang memadai untuk menghadapi era ekonomi digital. Sistem pendidikan di Indonesia belum mampu menghasilkan lulusan yang siap kerja dengan keterampilan yang diperlukan, sehingga memperlambat kemajuan. Untuk mendukung perkembangan ekonomi digital, regulasi yang cepat dan tepat sangat diperlukan agar bisa mengikuti laju perkembangan, seperti yang terlihat pada sektor transportasi online seperti Gojek dan Grab yang sempat menuai kontroversi karena regulasi yang lambat. Potensi ekonomi digital di Indonesia sangat besar dan diperkirakan akan terus tumbuh setiap tahunnya. E-commerce bukan hanya tentang jual beli barang dan jasa secara online, tetapi juga melibatkan berbagai industri terkait seperti logistik, penyedia jasa telekomunikasi, pengembangan IoT, kecerdasan buatan, dan lainnya. Tantangan lain yang dihadapi UMKM di era digital ini adalah persaingan dengan kompetitor, yang memaksa mereka untuk terus berinovasi dan menawarkan layanan yang menarik agar dapat bertahan di pasar lokal, sekaligus bersaing di pasar internasional. UMKM perlu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan ide-ide baru, serta memadukannya dengan teknologi digital agar dapat bersaing. Jika mereka gagal melakukannya, maka usaha mereka mungkin akan terhambat karena kalah bersaing dengan kompetitor yang lebih siap menghadapi tantangan ekonomi digital. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk mempelajari literatur dan berinovasi menggunakan teknologi agar mampu beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi digital (Rohmana, 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis atau metode penelitian kepustakaan (Library Research). Selama proses penelitian, sebelum, selama, atau setelah melakukan suatu penelitian, peneliti diminta untuk menyiapkan tinjauan pustaka secara umum, biasanya sebagai bagian pengantar proposal penelitian atau laporan penelitian.

Menyusun tinjauan pustaka sama saja dengan menggali berbagai hasil penelitian terdahulu guna memahami topik dan masalah yang akan diteliti serta menjawab berbagai pertanyaan yang muncul di awal penelitian (Mahanum, 2021).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang disebut juga UMKM merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan dan diklasifikasikan berdasarkan omset tahunan, jumlah karyawan, dan aset. UMKM memiliki peran yang penting dan strategis dalam perekonomian Indonesia, karena UMKM memberikan kontribusi terhadap PDB, peranannya adalah untuk menarik tenaga kerja sehingga UMKM dapat mengurangi kemiskinan dan mendorong pembangunan. Karena itulah UMKM menjadi salah satu pilar penting dalam membangun stabilitas ekonomi secara nasional. Namun, selain UMKM sudah membantu Indonesia dalam menyetabilkan ekonomi, terdapat juga tantangan dalam melakukan pertumbuhan ekonomi. Hambatan yang dialami dalam membangun perekonomian antaralain adalah terdapat keterbatasan akses terhadap permodalan dan SDM yang masih perlu dilakukan peningkatan, karena SDM di Indonesia sendiri masih rendah terutama dalam perkembangan teknologi. Karena keterbatasan dalam pengetahuan teknologi tersebutlah yang membuat UMKM terhambat dalam melakukan persaingan pada pasar global. Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu:

Tantangan UMKM	
1.Persaingan yang Ketat	Persaingan di pasar semakin intensif dengan banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk atau jasa serupa dengan harga lebih kompetitif. Untuk bertahan, UMKM perlu berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka agar dapat bersaing secara efektif.
2.Modal yang Terbatas	Modal yang terbatas menjadi tantangan dalam UMKM. Banyak pelaku usaha yang memiliki ide-ide inovatif namun terhambat oleh keterbatasan dana. Akses terhadap pembiayaan sering kali dibatasi oleh persyaratan yang ketat dari lembaga keuangan.
3.Penggunaan Teknologi	Pemanfaatan teknologi menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Namun banyak pelaku UMKM yang masih gagap teknologi dan belum memanfaatkan alat digital secara optimal, yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis mereka.
4.Perubahan Kebijakan Pemerintah	Dikarenakan kebijakan pemerintah yang sering berubah dapat mempengaruhi operasional UMKM secara langsung. Pelaku usaha perlu selalu memperbarui informasi mengenai regulasi dan kebijakan untuk menghindari dampak negatif pada bisnis mereka.
5.Mempertahankan Karyawan	Memenuhi kebutuhan untuk mempertahankan karyawan yang berkualitas menjadi tantangan tersendiri, terutama karena banyak karyawan lebih memilih bekerja di perusahaan besar dengan keseimbangan yang lebih menarik. UMKM perlu menciptakan lingkungan kerja yang baik dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kepuasan karyawan.
6.Manajemen Arus Kas yang Buruk	Pengelolaan keuangan yang tidak baik dapat mengakibatkan masalah arus kas, yang merupakan salah satu penyebab utama kegagalan bisnis. Pelaku UMKM perlu meningkatkan keterampilan dalam manajemen keuangan untuk memastikan keberlangsungan usaha mereka.

Hasil pembahasan tabel diatas dapat di simpulkan bahwa UMKM menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Persaingan yang kuat memerlukan inovasi dan peningkatan kualitas, namun keterbatasan modal menjadi kendala bagi banyak pelaku usaha.Oleh karna itu kita harus memikirkan

cara bagaimana dengan modal sedikit itu bisa kita kembangkan dengan cara memanfaatkan teknologi yaitu dengan memanfaatkan platform social media/e-commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram, WhatsApp, dll. Dengan memanfaatkan media sosial dapat memperluas jangkauan pasar tanpa mengeluarkan modal yang besar dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan diberbagai tempat tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Sehubungan dari kebijakan pemerintah yang menyediakan berbagai program dukungan seperti pengurangan pajak yang dapat membuat para umkm kecil dengan modal yang sedikit mereka bisa memperjualkan barang dagangannya di media sosial tanpa perlu menyewa gedung.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan pembahasan ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM menghadapi berbagai tantangan yang signifikan, terdapat banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing mereka. Melalui upaya kolaboratif dan dukungan yang tepat, UMKM diharapkan dapat berperan sebagai motor penggerak ekonomi nasional, berkontribusi pada pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anugerah, F. N., & Nuraini, I. (2021). Peran Umkm Dalam Menanggulangi Kemiskinan Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(1), 27–41. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i1.13772>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Rohmana, D. W. (2023). Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 42–48.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM. *Bilancia*, 11(1), 33–64.