

Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

Keberlanjutan UMKM di Indonesia

Strategi dan Impelementasi



KEBERLANJUTAN UMKM DI INDONESIA

Strategi dan Impelementasi

Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

Penerbit KBM Indonesia

PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

KEBERLANJUTAN UMKM DI INDONESIA

Strategi dan Impelementasi

Copyright @2025 By Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

All right reserved

Penulis

Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

AtikaNS

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruahey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-281-8

Cetakan ke-1, April 2025

15 x 23 cm, vi + 163 halaman

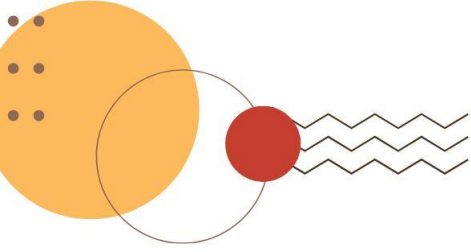
Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113**Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



| Kata Pengantar

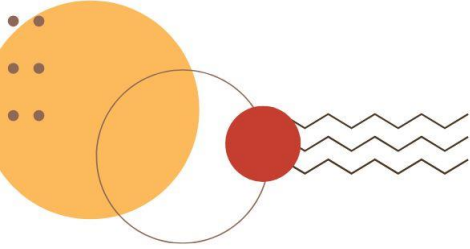
Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya buku ini yang berjudul **Keberlanjutan UMKM di Indonesia: Strategi dan Implementasi**. Buku ini hadir sebagai wujud kepedulian terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. UMKM telah terbukti sebagai pilar penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat ketahanan ekonomi nasional.

Buku ini membahas berbagai aspek terkait keberlanjutan UMKM, mulai dari strategi pemasaran, pendanaan, peran teknologi, hingga tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dalam menyusun buku ini, kami berupaya menghadirkan analisis yang komprehensif serta solusi yang dapat diimplementasikan untuk memastikan bahwa UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang tinggi di era globalisasi.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan buku ini, termasuk para akademisi, pelaku UMKM, serta rekan-rekan sejawat yang telah memberikan masukan berharga. Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pelaku usaha, mahasiswa, peneliti, serta pemangku kepentingan lainnya yang peduli terhadap pengembangan UMKM di Indonesia.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas dan menjadi kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Maret 2025
Dr. Tri Widayati, S.E., M.Si.

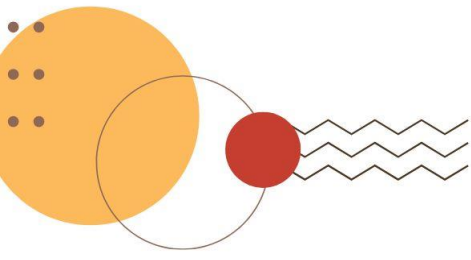


Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
BAB 1. Pengantar	1
1.1 Latar Belakang Pentingnya Keberlanjutan UMKM di Indonesia	1
1.2 Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional	6
1.3 Tantangan Utama yang Dihadapi UMKM	9
BAB 2. Potret UMKM di Indonesia	11
2.1. Definisi dan Klasifikasi UMKM Berdasarkan Regulasi di Indonesia	11
2.2. Statistik dan Kontribusi UMKM terhadap PDB dan Tenaga Kerja	16
2.3. Karakteristik Khas UMKM di Berbagai Sektor	20
2.4. Sejarah dan Perkembangan UMKM di Indonesia	24
BAB 3. Pilar Keberlanjutan UMKM	29
3.1. Pilar Ekonomi: Efisiensi, Produktivitas, dan Profitabilitas	29
3.2. Pilar Sosial: Tanggung Jawab Sosial dan Kesejahteraan Masyarakat	34
3.3. Pilar Lingkungan: Keberlanjutan Sumber Daya dan Praktik Ramah Lingkungan	38
BAB 4. Strategi Pemasaran dan Branding untuk UMKM	43
4.1. Pentingnya Strategi Pemasaran yang Adaptif	43
4.2. Digitalisasi Pemasaran dan Peran Teknologi	48
4.3. Membentuk Brand Identity dan Kepercayaan Konsumen	52
4.4. Strategi Pemasaran Efektif untuk UMKM	56
4.4. 4P untuk Pemasaran Prouk UMKM	60

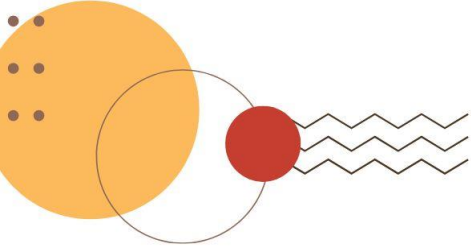
BAB 5. Pendanaan dan Keuangan Berlanjutan -----	65
5.1. Sumber Pendanaan untuk UMKM: Bank, Modal Ventura, dan Fintech -----	65
5.2. Manajemen Keuangan untuk Keberlanjutan Jangka Panjang-----	69
5.3. Peran Green Finance dalam Mendukung UMKM Berkelanjutan -----	74
5.4. Tips Mengakses Pendanaan dan Investasi -----	78
BAB 6. Peran Teknologi dalam Mendukung Keberlanjutan -	83
6.1 Teknologi sebagai Enabler Keberlanjutan UMKM -----	83
6.2 Transformasi Digital untuk Operasional dan Pemasaran	88
6.3 Inovasi Produk Berbasis Teknologi-----	92
BAB 7. Kebijakan dan Regulasi Pendukung -----	97
7.1. Kebijakan dan Regulasi Pendukung -----	97
7.2. Program Dan Insentif Pemerintah untuk Pengembangan UMKM-----	101
7.3. Kolaborasi Publik-Swasta dalam Mendukung Keberlanjutan UMKM-----	104
7.4. Kritik dan Peluang Peningkatan Kebijakan -----	109
BAB 8. Peran Modal Sosial dan Kapabilitas Manajerial ----	113
8.1. Pengaruh Modal Sosial dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM-----	113
8.2. Pentingnya Kapabilitas Manajerial bagi Pengelolaan Bisnis yang Efektif -----	117
8.3. Pendidikan Kewirausahaan dan Pengembangan Kapasitas SDM -----	121
BAB 9. Tantangan dan Hambatan Keberlanjutan UMKM --	127
9.1. Hambatan Internal: Manajemen, Pendanaan, dan Teknologi-----	127
9.2. Hambatan Eksternal: Regulasi, Persaingan, dan Akses Pasar -----	132
9.3. Strategi Mitigasi untuk Mengatasi Tantangan-----	135
9.4. Analisis SWOT Keberlanjutan UMKM di Indonesia -----	139
BAB 10. Rekomendasi untuk UMKM di Indonesia -----	143
10.1 Rekomendasi Praktis untuk Pelaku UMKM -----	143
10.2 Rekomendasi bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan -----	148

10.3 Tren dan Prospek Masa Depan UMKM di Era Globalisasi -----	152
10.4 Menuju UMKM yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan	156
Daftar Pustaka -----	161
Profil Penulis -----	163



Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). **Statistik UMKM Indonesia**. Jakarta: BPS.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). **Laporan Tahunan UMKM dan Perkembangannya di Indonesia**. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Porter, M. E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1942). **Capitalism, Socialism, and Democracy**. New York: Harper & Brothers.
- Yunus, M. (2007). **Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism**. New York: Public Affairs.
- World Bank. (2021). **SME Finance: Improving Access to Finance for Small and Medium Enterprises**. Washington, DC: World Bank.
- Tambunan, T. (2019). **Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu dan Tantangan dalam Era Digitalisasi**. Jakarta: LP3ES.
- Setyawati, H. (2020). **Inovasi dan Digitalisasi UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan**. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Freeman, R. E. (1984). **Strategic Management: A Stakeholder Approach**. Boston: Pitman Publishing.



Profil Penulis



Dr. Tri Widayati, SE., MSi., lahir di Semarang tanggal 28 April 1966. Menempuh Pendidikan S1 di SD Sta Clara Semarang lulus tahun 1979, SMP Negeri 4 Semarang lulus tahun 1982. Pendidikan SMA ditempuh di SMA 3 Semarang lulus tahun 1985. Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Undip Jurusan Studi Pembangunan lulus tahun 1992, Menempuh pendidikan S2 di MIESP Undip Lulus tahun 2008. Pada tahun 2011

menempuh Program Doktor Di Undip dan lulus tahun 2017. Saat ini mengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Untag Semarang. Mata kuliah yang diajar adalah Matematika Ekonomi, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Ekonomi Manajerial dan Ekonomi Pancasila.