



# UMKM

TANTANGAN, STRATEGI,  
DAN KEUNGGULAN



Ahmad Mu'is  
Dr. Lailatul Farida, M.AB.

# **UM KM** | **Tantangan, Strategi, dan Keunggulan**

Penulis:

Ahmad Mu'is

Dr. Lailatul Farida, M.AB.

**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.

# UMKM: Tantangan, Strategi, dan Keunggulan

---

Copyright ©2025 By Ahmad Mu'is, Dr. Lailatul Farida, M.AB.  
All right reserved

## Penulis

Ahmad Mu'is, Dr. Lailatul Farida, M.AB.

## Desain Sampul

Aswan Kreatif

## Tata Letak

Sofita HM

## Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, 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](http://www.penerbitbukumurah.com)

## Email

[naskah@penerbitkbm.com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

## Distributor

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

## Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

## Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

**E-ISBN: 978-634-202-225-2**

Cetakan ke-1, Maret 2025

14 x 21 cm, vi + 178 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**

1. 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).
2. 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).
3. 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).
4. 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

**S**egala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, buku berjudul *UMKM: Tantangan, Strategi, dan Keunggulan* ini dapat diselesaikan. Buku ini disusun dengan tujuan memberikan wawasan yang komprehensif mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang telah lama menjadi pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Dengan pertumbuhan dan perkembangan yang dinamis, UMKM menghadapi berbagai tantangan serta peluang yang harus dikelola dengan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di era persaingan global.

Dalam buku ini, kami mengulas berbagai aspek penting yang berkaitan dengan UMKM, mulai dari definisi dan karakteristik, peran dalam perekonomian nasional, hingga strategi pemasaran, keuangan, serta inovasi dan teknologi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, berbagai studi kasus dan analisis mendalam juga disertakan untuk memberikan pemahaman yang lebih aplikatif bagi para pelaku UMKM, akademisi, serta pemangku kepentingan lainnya.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pelaku usaha, peneliti, mahasiswa, dan pemerintah dalam merancang kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM di Indonesia. Keberlanjutan dan daya saing UMKM tidak hanya bergantung pada faktor internal bisnis, tetapi juga pada ekosistem yang mendukung, mulai dari regulasi yang kondusif, akses terhadap pembiayaan, hingga pemanfaatan teknologi digital.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan masukan dari berbagai pihak sangat kami harapkan untuk perbaikan edisi mendatang. Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas dan berkontribusi pada kemajuan UMKM di Indonesia.

Selamat membaca dan semoga bermanfaat!

Penulis



---

# ● DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGANTAR UMKM.....</b>	<b>1</b>
A. Definisi dan Karakteristik UMKM .....	1
B. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional.....	5
C. Sejarah Perkembangan UMKM di Indonesia .....	8
<b>TANTANGAN YANG DIHADAPI UMKM .....</b>	<b>13</b>
A. Kendala Modal dan Akses Pembiayaan.....	13
B. Persaingan di Pasar Lokal dan Global.....	17
C. Keterbatasan Teknologi dan Inovasi.....	21
D. Regulasi dan Birokrasi.....	25
<b>STRATEGI PEMASARAN UNTUK UMKM .....</b>	<b>31</b>
A. Pemasaran Tradisional vs Digital .....	31
B. Membuat Brand yang Menarik.....	35
C. Pemanfaatan Media Sosial untuk UMKM .....	39
<b>KEUANGAN DAN PENGELOLAAN MODAL UMKM .....</b>	<b>45</b>
A. Manajemen Keuangan Sederhana .....	45
B. Sumber Pembiayaan untuk UMKM .....	49
C. Pengelolaan Arus Kas dan Profitabilitas .....	53

D. Peran Lembaga Keuangan dalam Mendukung UMKM .....	57
<b>INOVASI DAN TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK UMKM.....</b>	<b>63</b>
A. Adaptasi Teknologi dalam Operasional UMKM .....	63
B. Penggunaan <i>E-Commerce</i> untuk Ekspansi Pasar .....	68
C. Digitalisasi Sistem Manajemen UMKM.....	72
<b>MANAJEMEN OPERASI DAN PRODUKSI UMKM.....</b>	<b>77</b>
A. Efisiensi dalam Produksi.....	77
B. Pengelolaan Rantai Pasok.....	81
C. Pengendalian Kualitas Produk .....	85
D. Optimalisasi Proses Produksi .....	90
<b>PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>97</b>
A. Pentingnya Pelatihan dan Pengembangan SDM .....	97
B. Strategi Retensi Karyawan di UMKM.....	102
C. Peran Kepemimpinan dalam Pengelolaan UMKM .....	108
<b>TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN UMKM.....</b>	<b>113</b>
A. Konsep UMKM Berkelanjutan.....	113
B. Praktik Ramah Lingkungan dalam Operasional UMKM .....	116
C. Peran UMKM dalam Pemberdayaan Masyarakat.....	120
D. Tantangan dan Peluang CSR untuk UMKM .....	123

<b>STRATEGI EKSPANSI PASAR .....</b>	<b>127</b>
A. Ekspansi Pasar Lokal.....	127
B. Memasuki Pasar Internasional.....	129
C. Kemitraan Strategis dan Kolaborasi Bisnis.....	132
<b>DUKUNGAN PEMERINTAH DAN KEBIJAKAN UNTUK UMKM.....</b>	<b>135</b>
A. Kebijakan Fiskal dan Non-Fiskal untuk UMKM .....	135
B. Program Pendampingan dan Pelatihan .....	138
C. Peran Asosiasi dan Komunitas UMKM .....	141
D. Evaluasi Efektivitas Kebijakan UMKM.....	145
<b>PENGANTAR UMKM.....</b>	<b>149</b>
A. Layanan Fintech bagi UMKM.....	149
B. Crowdfunding sebagai Sumber Modal Alternatif .....	152
C. Digital Payment dalam Transaksi UMKM .....	155
D. Tantangan Keamanan dan Literasi Digital .....	158
<b>MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM.....</b>	<b>163</b>
A. Identifikasi Keunikan dan Nilai Tambah Produk .....	163
B. Meningkatkan Daya Saing di Pasar .....	165
C. Strategi Branding untuk Keunggulan Kompetitif .....	168
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>173</b>
<b>PROFIL PENULIS.....</b>	<b>177</b>



---

## ● DAFTAR PUSTAKA

- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Cumming, D., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2019). *Crowdfunding Models: Keep-it-all vs. All-or-Nothing*. *Financial Management*, 48(2), 331–356.
- Das, T. K., & Teng, B. S. (2000). A Resource-Based Theory of Strategic Alliances. *Journal of Management*, 26(1), 31–61.
- Dyer, J. H., Kale, P., & Singh, H. (2001). *How to Make Strategic Alliances Work*. *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 37–43.

- Fournier, S. (1998). Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343–373.
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in Practice*. Springer.
- Gompers, P., & Lerner, J. (2001). The Venture Capital Revolution. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 145–168.
- Inkpen, A. C., & Beamish, P. W. (1997). *Knowledge, Bargaining Power, and the Instability of International Joint Ventures*. *Academy of Management Review*, 22(1), 177–202.
- Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Kogan Page.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- McKinsey & Company. (2022). *The Future of Fintech and Financial Services*.

- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Peraturan Mengenai Equity Crowdfunding*.
- Philippon, T. (2016). *The FinTech Opportunity*. National Bureau of Economic Research, Working Paper No. 22476.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). *Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions*. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Stiglitz, J. E. (2015). *The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future*. W. W. Norton & Company.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2018). *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin*

*and Other Cryptocurrencies is Changing the World.* Penguin.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm.* McGraw-Hill.



---

## ● PROFIL PENULIS

### **Ahmad Mu'is**

Ahmad Mu'is, Lahir di Sidoarjo pada hari pahlawan, 10 November. Menamatkan pendidikan dasar (Madrasah) di Desa di Sidoarjo. Pendidikan formal (SLTP dan SLTA) sambil 'ngangsu kaweruh' dihabiskan di Jombang, selanjutnya menempuh kuliah sarjana strata satu di Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki (dulu IAIN Malang) lulus tahun 1995, kemudian dengan beasiswa Kemenag melanjutkan Magister atau strata dua di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lulus tahun 2008. Saat ini masih menempuh program Doktor di Alamamater sendiri. Aktifitas saat ini mengajar dan terlibat dalam tim publikasi Jurnal pada Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

### **Dr. Lailatul Farida, M.AB**

Pendidikan dasar sampai menengah atas di tempuh di kota dingin, Malang. Pendidikan sarjana strata satu, strata 2 (magister Bisnis) dan Doktorat semua ditempuh di kampus populer Universitas Brawijaya Malang. Saat ini disamping mengajar dan menjadi tim pengembangan laboratorium wirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas

Islam Negeri (UIN) Maliki Malang juga berwiraswasta di bawah bendera Laila Ghani Coop. memproduksi busana muslim, Kuliner dan jasa perjalanan wisata syariah yang berkantor di Kota Malang.

Buku **UMKM: Tantangan, Strategi, dan Keunggulan** menyajikan panduan komprehensif bagi para pelaku dan calon pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan menggabungkan teori dan praktik, buku ini memberikan wawasan mendalam mengenai berbagai aspek penting dalam pengelolaan UMKM, mulai dari definisi dan karakteristik UMKM itu sendiri hingga strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha.

Buku ini dibagi menjadi beberapa bab yang mengulas tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM, termasuk masalah akses pembiayaan, manajemen keuangan, hingga keterbatasan sumber daya manusia. Selanjutnya, buku ini menawarkan solusi melalui berbagai strategi pemasaran, manajemen keuangan yang efisien, serta pemanfaatan inovasi dan transformasi digital untuk meningkatkan daya saing.

Penulis juga menyoroti pentingnya pengembangan sumber daya manusia dalam UMKM, serta bagaimana UMKM dapat memanfaatkan dukungan pemerintah dan teknologi keuangan (fintech) untuk memperluas pasar dan memperkuat daya saing. Dengan membahas berbagai studi kasus nyata, buku ini memberikan wawasan praktis untuk membangun keunggulan kompetitif dalam dunia UMKM yang dinamis dan penuh tantangan.

Melalui buku ini, pembaca akan mendapatkan panduan yang berguna dalam menghadapi tantangan UMKM dan memanfaatkan berbagai peluang untuk mencapai kesuksesan berkelanjutan dalam dunia bisnis.



PENERBIT KBM INDONESIA  
Anggota IKAPI  
0813 5751 7526 / 0353 3234 874  
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta

@penerbitbukujogja

@penerbit.kbm

ISBN 978-634-202-225-2

