

## **PEMETAAN GEOGRAFI INDUSTRI KECIL DI KABUPATEN KERINCI SEBAGAI DASAR PERUMUSAN KEBIJAKAN PENGEMBANGAN UMKM YANG INOVATIF DAN BERDAYA SAING**

### **MAPPING GEOGRAPHY OF SMALL INDUSTRIES IN KERINCI DISTRICT AS A BASIS FOR AN INNOVATIVE AND COMPETITIVE MSME DEVELOPMENT POLICY**

**Zefri Efdison, Hendra**

STIE Sakti Alam Kerinci  
Email: zefriefdison@gmail.com, hendrabalsa@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Hasil Pemetaan Geografi Industri Kecil di Kabupaten Kerinci sebagai Dasar Perumusan Kebijakan Pengembangan UMKM yang Inovatif dan Berdaya Saing bertujuan untuk memberikan gambaran potensi industri kecil / UMKM dari berbagai aspek usaha, untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi industri kecil/UMKM, dan untuk mengetahui prospek Industri kecil / UMKM sebelum dilaksanakan pemetaan dan setelah dilaksanakan pemetaan geografi industrinya. Melalui pendataan potensi UMKM dengan hasil akhirnya akan didapatkan sebuah Peta Potensi Industri Kecil yang ada di kabupaten Kerinci, bekerjasama dengan memperluas jaringan Mitra terutama dengan Pemkab Kerinci, dianalisis dengan SWOT potensi dan kendala yang dihadapi UMKM serta selanjutnya dipublikasikan secara ilmiah. Hasil penelitian melalui karakteristik responden dari  $\pm$  1500 sampel UMKM yang tersebar di 16 kecamatan pada 287 Desa/Kelurahan yang berjumlah total sampai dengan tahun 2019 adalah 32.141 UMKM. Dari sisi permodalan umumnya modal milik sendiri bukan pinjam di bank atau kerjasama pihak lain, dan sebagian kecil pinjam di bank. Desain produk cenderung berubah, hanya meniru yang sudah ada di pasaran, minim inovasi, minim kreatifitas. Sedangkan bahan baku yang digunakan sebagian besar dari luar daerah dan sebahagian kecil lokal yang diperoleh melalui pembelian tunai, jarang membuat perjanjian secara tertulis dengan supplier, alat produksi yang digunakan masih sederhana. Daerah pemasaran masih terbatas pada daerah sekitarnya, promosi masih kurang, kecenderungan melalui pemilik industri kecil dan penjual cepat puas bila produk terjual.

**Kata Kunci: Pemetaan, UMKM, Potensi, Modal, Kebijakan**

#### **ABSTRACT**

*The results of the Small Industry Geographic Mapping in Kerinci Regency as the Basis for Formulating an Innovative and Competitive MSME Development Policy aim to provide an overview of the potential of small industries / MSMEs from various business aspects, to find out what problems small industries / MSMEs are facing, and to find out the prospects of small industries / UMKM before the mapping is carried out and after the geographical mapping is carried out. Through data collection on the potential of MSMEs, the final result will be obtained a Small Industry Potential Map in Kerinci Regency, in collaboration with expanding the Partner network, especially with the Kerinci Regency Government, analyzed by SWOT the potential and constraints faced by MSMEs and then published scientifically. The results of the research through the characteristics of respondents from  $\pm$  1500 samples of MSMEs scattered in 16 sub-districts in 287 villages / kelurahan, totaling 32,141 MSMEs in 2019. From the capital side, it is generally owned by itself, not borrowing from a bank or cooperation with other parties, and a small part borrows from a bank. Product design tends to change, only imitating what is already on the market, minimal innovation, minimal creativity. Meanwhile, most of the raw materials used are from outside the region and a small part are local which are obtained through cash purchases, rarely make written agreements with suppliers, the production tools used are still simple. The marketing area is still limited to the surrounding area, promotion is still lacking, the tendency through small industry owners and sellers is quickly satisfied when the product is sold.*

**Keywords: Mapping, MSMEs, Potential, Capital, Policy**

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah/ UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran cukup tinggi dalam perekonomian daerah, terutama dalam penyediaan lapangan kerja. Namun demikian perkembangan usaha kecil menengah akhir-akhir ini cukup memprihatinkan terlebih dengan masuknya berbagai produk impor yang merupakan hasil usaha menengah luar negeri. Kondisi demikian akan memperlemah posisi sector usaha kecil di pasar Indonesia. Semakin melemahnya posisi sector usaha kecil dipasar, dalam jangka panjang akan berdampak pada turunnya tara hidup masyarakat serta bertambahnya pengangguran. Oleh karena diperlukan upaya-upaya yang mengarah pada pengembangan sector usaha kecil dalam rangka memperbaiki mutu produk atau jasa sehingga mampu bersaing di pasar. Upaya untuk memperbaiki mutu produk diperlukan pengelola usaha (manajemen) dengan baik, meliputi aspek permodalan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan pembukuan. Jumlah UMKM di kabupaten Kerinci terus mengalami peningkatan dari 19.764 unit di tahun 2014 menjadi 32.433 unit di tahun 2018. Demikian pula dengan penyerapan tenaga kerja juga terus meningkat dari 40.658 orang di tahun 2014, menjadi 94.866 orang di tahun 2018. Kedepannya kedua sector tersebut diharapkan terus berkembang, sehingga dapat menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat dan daerah. Dilihat dari jumlah perkembangan unit usahanya yang sangat banyak yang terdaftar disektor industri dan kontribusinya yang sangat besar terhadap kesempatan kerja, umumnya berpendidikan rendah, selain itu selama ini kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal.

Pengembangan industri kecil harus menfokuskan sub sektor-sub sektor yang menjadi andalan dan sektor yang menjadi unggulan. Firdausy (1997) mengartikan potensi sektor andalan sebagai potensi dari sektor yang dimiliki secara dominan tanpa mempertimbangkan kemampuan daya saing sektor tersebut dalam perekonomian, sedangkan potensi subsektor unggulan adalah potensi subsektor andalan yang memiliki kemampuan daya saing (*competitive advantage*).Penggalian potensi ekonomi daerah sangat penting dalam rangka menggairahkan kegiatan perekonomian daerah tanpa banyak tergantung pada subsidi dari pusat.Secara teoritis

peningkatan perekonomian masyarakat akan menyebabkan naiknya taraf hidup masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Di Indonesia, dilihat dari jumlah unit usahanya sangat banyak terdapat di semua sector ekonomi dan kontribusinya sangat besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan, khususnya di daerah pedesaan. Namun disisi lain, ditemukan bahwa banyak usaha kecil dan menengah yang mengalami masalah di berbagai aspek usaha, sebagaiantisipasi permasalahan, maka perlu dilakukan kajian mengenai bagaimana potensi internal dan hambatan dari luar industri kecilserta memetakan potensi dari industri kecil tersebut.

### RumusanMasalah

Berdasarkan latarbelakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian :

1. Bagaimana gambaran potensi industri kecil / UMKM berbagai aspek usaha?
2. Permasalahan apa yang dihadapi industri kecil/UMKM?
3. Bagaimana prospek Industri kecil / UMKM sebelum dilaksanakan pemetaan dan setelah dilaksanakan pemetaan geografiindustri?

### Batasan Masalah

Penelitian inidifokuskan pada industri kecil/UMKM aneka usaha yaitu ada enam bidang yaitu Perdagangan, Jasa, Industri, Pertanian, Peternakan dan Perikanan/Nelayan baik yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Kerinci tahun 2018 aupun belum terdaftar, berada di 16 kecamatan dengan 287 Desa.

### Kontribusi Penelitian

- a. Mengkaji potensi industri kecil / UMKM bidang usaha aneka dan industri makanan serta kerajinan / UMKM dari berbagai aspek
- b. Menggali permasalahan yang dihadapi industrikecil / UMKM

Adapun Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk memberikan gambaran potensi industri kecil / UMKMberbagai aspek usaha.
2. Untuk mengetahui Permasalahan apa yang dihadapi industri kecil/UMKM.
3. Untuk mengetahui prospek Industri kecil / UMKM sebelum dilaksanakan pemetaan dan setelah dilaksanakan pemetaan geografiindustri.

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan informasi kepada UMKM mengenai potensi dan kelemahan yang dimiliki UMKM.
2. Dapat dihasilkannya suatu peta geografi industri kecil UMKM yang ada di Kabupaten Kerinci agar bisa menjadi

acuan semua pihak dalam melihat dan mengembangkan potensi industri kecil UMKM yang ada di Kab. Kerinci.

3. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah yang dilakukan UMKM dalam menghadapi permasalahan,
4. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi penelitian selanjutnya.

## Kondisi UMKM di Kabupaten Kerinci

**Tabel 1**  
**Perkembangan Sektor UMKM di Kabupaten Kerinci 2014-2018**

NO	Jenis Usaha	Jumlah (Unit)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1.	Perdagangan	815	1.657	6.726	7.181	7.517
2.	Jasa	291	1.210	5.052	2.092	5.112
3.	Industri	428	1.479	5.608	5.869	5.922
4.	Pertanian	1.412	1.695	7.044	7.263	7.491
5.	Peternakan	421	576	4.905	4.905	4.956
6.	Nelayan	348	500	1.096	1.121	1.143
<b>Jumlah</b>		3.715	7.117	30.431	28.431	32.141

*Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM 2018)*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat, bahwa selama periode 2014-2018, jumlah UMKM yang paling banyak adalah pada tahun 2018, dengan jumlah sebanyak 32.141 unit, dan yang terkecil yaitu pada tahun 2014 yaitu sebanyak 3.715 unit. Dilihat dari jenis usaha, maka pada tahun 2018, UMKM dari sektor Perdagangan menempati urutan teratas yaitu sebanyak 7.517, diikuti sektor Pertanian sebanyak 7.491 unit, lalu Industri 5.992 unit, dan Jasa 5.112, serta Peternakan 4.956 unit. Nelayan berada pada urutan terakhir dengan jumlah usaha sebanyak 1.143 unit.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 pasal 1 angka 1; tentang usaha kecil dan koperasi, Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

### Kriteria usaha kecil

menurut Undang-Undang Usaha Kecil dan koperasi diantaranya adalah :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000.00
3. Milik warga negara Indonesia
4. Berdiri sendiri bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan besar, dan
5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum seperti koperasi.

### Lingkungan Eksternal Perusahaan (ALE)

Lingkungan eksternal merupakan kondisi diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi kehidupan perusahaan. Menurut Viljoen (2011) lingkungan eksternal ini sering disebut sebagai *external Opportunitites* dan *Threats*, mencakup

*political, social, technological, economic, geographic, customers, suppliers, competitors, creditors dan labour.* Glueck (2013) menyebut lingkungan ini sebagai “ faktor-faktor luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman”.

### **Analisa Lingkungan Internal Perusahaan (ALI)**

Setiap usaha yang dilakukan perusahaan selalu dihadapkan pada situasi yang selalu berubah. Kondisi tersebut tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya proses penyesuaian terhadap kondisi eksternal yang ada. Jadi lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi perusahaan dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan.

Hal ini dapat menunjukkan kekuatan sumber daya, meliputi segala aspek material atau non material yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan usaha dan fungsinya untuk memproduksi secara komersial. Konsep tersebut terdiri dari kemampuan pengusaha, kemampuan optimalisasi proses produksi yang ada, kapabilitas mengadakan ekspansi pasar, dan pengelolaan keuangannya (Hunger, 2013).

### **Segi Kelemahan Perusahaan Kecil**

Kelemahan perusahaan kecil pada umumnya, (Marbun, 2013).

1. Tidak atau kurang mempunyai perencanaan tertulis
2. Kurang berorientasi ke masa depan, melainkan kepada hari keharisaja
3. Kurang memiliki pendidikan yang relevan
4. Tanpa menggunakan pembukuan atau pencatatan yang teratur
5. Tidak ada atau jarang terjadipengkaderan
6. Cepat puas

Menurut Thomas W. dan Norman M. (2002:23), sebab-sebab kegagalan bisnis sbb: Ketidakmampuan manajemen, Ketidakmampuan manajemen kebanyakan bisnis kecil meliputi:

1. Kurangnya pengalaman, lemahnya kemampuan pengambilan keputusan, atau lemahnya kendali keuangan;
2. Pertumbuhan tak terkendali;
3. Lokasi yang kurang baik;
4. Pengendalian persediaan yang tidak baik.

### **Segi Kekuatan Perusahaan Kecil**

Keberhasilan pada perusahaan dimulai dari kecil sampai menjadi pengusaha nasional atau internasional, keberhasilan tersebut karena

berbagai faktor antara lain faktor kejelian, ketajaman menganalisis keadaan, pandai mengikuti dan memanfaatkan situasi, tekun, mudah tanggap pada pembaharuan, dan dilakukan pembinaan terus menerus kepada bawahannya atau karyawannya.

### **Kekuatan UMKN di Indonesia**

1. Tidak birokrasi dan mandiri.
2. Cepat tanggap dan fleksibel.

### **Menilai Peluang Pasar**

Perusahaan selalu membutuhkan informasi dan pengetahuan tentang pasar atas produk yang dihasilkan, dengan riset pasar dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih baik (Geoffrey G : 2010). Dengan riset pasar dapat membantu:

1. Menemukan pasar yang menguntungkan.
2. Memilih produk yang dapat dijual.
3. Menentukan perubahan dalam perilaku konsumen.
4. Meningkatkan teknik-teknik pemasaran.
5. Merencanakan sasaran-sasaran yang realistis.

### **Prospek Masa Depan Perusahaan Kecil/UMKM di Indonesia**

Perkembangan teknologi informasi misalnya komputer, dimana segala sesuatu bergerak dengan cepat dan situasi cepat berubah, apakah eksistensi perusahaan kecil masih dapat diharapkan atau tidak. Di Jerman Barat, Belanda, Inggris atau Amerika terdapat selalu dan dijumpai mata rantai toko swalayan (*supermarket*). Namun demikian, secara keseluruhan nasib perusahaan kecil dapat diharapkan karena beberapa alasan ekonomis dan terkadang non ekonomis. Ternyata perusahaan kecil sering berfungsi sebagai pusat-pusat komunikasi lokal dan bertemu muka sambil belanja. Di Indonesia perusahaan kecil masih potensial khususnya di kota kecil dan daerah terpencil yang merupakan penghasil produk untuk pelengkap dengan sendirinya, selain itu komposisi penduduk Indonesia yang 75 % tinggal di pedesaan.

### **Penelitian Terdahulu**

Menurut (Kholmi, 2013), penelitian tentang analisis kendala yang dihadapi usaha kecil dan dalam upaya pengembangan usaha di Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala perusahaan kecil, yaitu pendekatan pemasaran yang tradisional, permodalan terbatas

(sendiri), sumber daya manusia yang kurang memadai, serta pencatatan yang masih sederhana.

Wiwik S. dan Isnalita (2010), penelitian tentang kajian pemetaan usaha kecil menengah dalam rangka pra-restrukturisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Bahan baku yang digunakan bahan lokal, 2) tenaga kerja rata-rata berpendidikan rendah, 3) alat produksi yang sangat sederhana, 4) rancangan produk cenderung statis, 5) permodalan umumnya milik sendiri, dan pemasaran masih terbatas daerah sekitarnya.

Menurut (Zein Syam, 2015), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya

Sedangkan menurut hasil penelitian (Pahlevi, 2015), Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya.

Menempatkan usaha mikro kecil dan menengah sebagai sasaran utama pembangunan harus dilandasi komitmen dan koordinasi yang baik antara pemerintah, pembisnis dan lembaga nonbisnis serta masyarakat setempat dengan menerapkan strategi Agresif yang berbasis pada ekonomi jaringan (Kemitraan).

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah keseluruhan dengan cara memberi dukungan positif dan nyata terhadap

pengembangan sumber daya manusia (pelatihan kewirausahaan), teknologi, informasi, akses pendanaan serta pemasaran, Perluasan pasar ekspor, merupakan indikator keberhasilan membangun iklim usaha yang berbasis kerakyatan, (Zainuddi Wahab, 2016).

Dalam penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian sebelumnya tentang sebagian variable yang digunakan mengenai aspek permodalan, produksi, dan pemasaran, dan pembukuan, sedangkan perbedaannya pada tujuan penelitian dan obyek penelitian, penelitian sebelumnya untuk mengukur Kendala dan Pra-restrukturisasi, dan penelitian yang dilakukan untuk mengkaji potensi industri kecil bidang usaha aneka usaha dan kerajinan serta makanan olahan

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Dalam memperoleh gambaran penelitian mengenai pemetaan geografi potensi industri kecil dan permasalahan yang dihadapi perusahaan digunakan metode survey dan penelitian studi deskriptif (*descriptive study*), tujuan studi ini untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati dan menawarkan ide masalah untuk pengujian atau penelitian selanjutnya. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2010:3).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di 16 kecamatan, 287 Desa/Kelurahan dalam kabupaten Kerinci. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa kabupaten Kerinci terdapat peluang untuk pengembangan usaha, UMKM sehingga perlu adanya pengkajian pengembangan potensi usaha kecil dan perumusan kebijakan serta masukan terhadap pemerintah lebih lanjut.

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian dilakukan pada UMKM bidang usaha aneka olahan makanan dan kerajinan yang terdaftar pada Disperdagkop kabupaten Kerinci tahun 2018. Adapun sampel penelitian terdiri dari UMKM industri aneka makanan, industri kerajinan, kelompok usaha kecil menengah, home industri yang tidak terdaftar pada Disperdagkop kabupaten Kerinci yang tersebar di masing-masing kecamatan, sehingga total jumlah populasi ±1.500 UMKM, responden

terdiri dari pimpinan atau pengelola serta pelaku UMKM, pemerintah setempat dan konsultan sebagai bahan informasi tentang kondisi industri kecil UMKM yang riil.

### Metode Pengambilan Sampel

Penelitian dilakukan dengan mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2010:67), maka pengambilan sampel lebih dahulu dari populasi yang ada, akan tetapi yang dijadikan sampel adalah responden yang bersedia menjawab kuesioner.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat dua data yaitu data pendukung (usia, tingkat pendidikan pimpinan/ pengelola, masa kerja, bidang usaha, jumlah tenaga kerja, dan pengalaman yang dimiliki, keunggulan kompetitif). Data utama meliputi aspek permodalan, produksi, pemasaran, kewirausahaan, dan pembukuan.

### Teknik Analisis Data.

Penelitian ini merupakan studi deskriptif, maka teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan tahapan :

1. **Tabulasi Data** ,hasil kuisioner tersebut akan terjelma dalam angka, tabel- tabel dari jawaban responden ke masing-masing aspek yang ada pada industri kecil.
2. **Reduksi Data**, merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperhalus data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga akhirnya menyakinkan untuk dapat ditarik kesimpulan.
3. **Analisis Deskriptif**, analisis ini digunakan untuk mengungkap gambaran data lapang secara deskriptif dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan lewat tabulasi data dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) yang berguna untuk mendukung interpretasi terhadap hasil analisis yang dilakukan terhadap industri aneka makanan olahan dan industri kerajinan.

### Alat Analisis Data

#### Analisis S W O T

Dalam dunia bisnis, kekuatan dan kelemahan perusahaan adalah hasil analisis perbandingan antara perusahaan dan perusahaan pesaing. Misalnya perusahaan mempunyai kemampuan berproduksi secara efisien, ternyata perusahaan pesaing memiliki kemampuan teknologi yang lebih efektif dan efisien, maka bagi perusahaan tersebut merupakan kelemahan. Analisis kekuatan, kelemahan, kesempatan/ peluang, dan ancaman (*strength, weakness, opportunity, threats /SWOT*) adalah sebuah teknik yang sederhana, mudah dipahami, dan juga dapat digunakan dalam merumuskan strategi-strategi dan kebijakan-kebijakan untuk pengelolaan perusahaan. Sehingga SWOT tidak mempunyai batasan waktu, artinya akan selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman.

#### A. Potensi Kekuatan Internal (*Strenghts*)

1. Menggunakan bahan baku lokal untuk menghasilkan produknya, sehingga tidak terpengaruh secara langsung penurunan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing,
2. Upah Tenaga Kerja murah,
3. Proses produksi sederhana,
4. Pemilik dapat mengendalikan perusahaannya dengan mudah, karena langsung ditangani sendiri,
5. Sumber modal cenderung modal sendiri, sehingga tidak terpengaruh dengan nilai tukar rupiah dan tingkat suku bungabank,
6. Kemampuan kewirausahaan yang tinggi (Percaya diri).

#### B. Kelemahan Internal (*Weaknesses*)

1. Dokumentasi usaha tidak memadai,
2. Pengusaha cepat puas dengan hasil yang dicapai,
3. Pengusaha sering berubah tapi yang sudah adapasaran,
4. Kualitas SDM rendah,
5. Desain produk kurang inovatif,
6. Lemahnya akses ke teknologi, permodalan, bahan baku yang kontinyu.

#### C. Potensi Peluang eksternal (*Opportunities*)

1. Globalisasi ekonomi membuka kesempatan sebesar- besarnya bagi UMKM, dan didukung pasar masih sangat potensial,
2. Jumlah TK yang tersedia banyak dengan upah yang rendah,

3. Usaha kecil dapat menjadi andalan dalam perekonomian saat ini, karena tidak terpengaruh dengan LN.

#### **D. Ancaman Eksternal (*Threats*)**

1. Masuknya produk dari luar negeri yang mampu memberikan harga yang lebih murah, dan kualitas yang lebih baik,
2. Banyaknya tenaga kerja ke LN untuk memperoleh upah yang lebih tinggi,
3. Adanya aturan tentang pelanggaran HAKI terhadap tuntutan produsen yang produknya ditiru, karena selama ini banyak UKM menirukan hasil produk pihak lain,
4. Adanya substitusi produk lain.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di Kabupaten Kerinci, dilihat dari jumlah perkembangan unit usahanya yang sangat banyak yang terdaftar disektor industri dan kontribusinya yang sangat besar terhadap kesempatan kerja, umumnya berpendidikan rendah, selain itu selama ini kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal. Di Indonesia, dilihat dari jumlah unit usahanya sangat banyak terdapat di semua sektor ekonomi dan kontribusinya sangat besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan, khususnya di daerah pedesaan. Namun disisi lain, ditemukan bahwa banyak usaha kecil dan menengah yang mengalami masalah di berbagai aspek usaha, sebagai antisipasi permasalahan, maka perlu dilakukan kajian mengenai bagaimana potensi internal dan hambatan dari luar industri kecil di Kabupaten Kerinci serta memetakan potensi dari industri kecil / UMKM tersebut.

#### **Gambaran Potensi Industri Kecil / UMKM**

##### **a. Gambaran Umum Usaha Kecil dan Menengah Secara Umum di Indonesia**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja 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. Kondisi umum UMKM di Indonesia dapat digambarkan dari populasi tahun 2007 s.d 2017 terdapat ± 49,8 juta unit usaha yaitu sama dengan 99,9% jumlah unit usaha di Indonesia. Sedangkan penyerapan tenaga

kerja = 88,7 juta yaitu sama dengan 96,9% dari seluruh tenaga kerja Indonesia.

Sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional, UMKM harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat tersebut, yang diwujudkan melalui pemberdayaan UMKM. Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Kebijakan pemberdayaan UMKM antara lain dimuat dalam UU No. 20/2008 tentang UMKM; dan Perpres No. 5/2010 tentang RPJMN 2010-2014. Dalam UU No. 20/2008 disebutkan antara lain prinsip-prinsip dan tujuan pemberdayaan UMKM.

##### **b. Gambaran dan Potensi UMKM di Kabupaten Kerinci**

Pembangunan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada dasarnya diarahkan pada kegiatan yang mampu memacu pemanfaatan, pengembangan dan pelestarian potensi sumberdaya alam di Kabupaten Kerinci. Focus pembangunan UMKM adalah upaya pemberdayaan masyarakat ekonomi mikro, kecil dan menengah. Selama kurun waktu lima tahun (2014-2018), upaya pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kerinci diharapkan mampu membangkitkan perekonomian masyarakat, khususnya melalui pendayagunaan usaha mikro, kecil dan menengah secara menyeluruh. Disamping itu, kegiatan yang bersifat sporadik juga terus dilakukan selaras dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat ekonomi kecil dan menengah pada wilayah-wilayah tertentu, sehingga dapat menjadi pondasi dalam memperkokoh perekonomian daerah.

Pemerintah kabupaten kerinci terus melaksanakan melaksanakan pembangunan di bidang UMKM. Berbagai program diluncurkan untuk mendukung berkembangnya UMKM di Kabupaten Kerinci, diantaranya adalah : Program peningkatan kualitas kelembagaan, program pemberdayaan UMKM, program peningkatan permodalan UMKM dan LKM, program peningkatan kualitas kelembagaan UKM, Program pengembangan data dan informasi, program pengembangan system iklim usaha kecil menengah yang kondusif, program pengembangan kewirausahaan dan

keunggulan kompetitif UMKM, dan Program pengembangan system pendukung usaha UMKM. Dari pelaksanaan berbagai program tersebut, telah mampu meningkatkan kinerja bidang UMKM

#### **Prinsip pemberdayaan UKM, meliputi:**

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan;
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM;
4. Peningkatan daya saing UMKM, Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

#### **Tujuan pemberdayaan UMKM adalah:**

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Dalam rangka pemberdayaan UKM pemerintah telah mengeluarkan kebijakan kemitraan, antara lain: PP No. 44/1997 tentang Kemitraan. Sebagai tindak lanjutnya, pemerintah menerbitkan Keppres No. 127/2001 tentang Bidang/Jenis Usaha yang terbuka untuk Usaha Menengah atau Besar dengan syarat kemitraan. Selanjutnya, diterbitkan kebijakan teknis berupa Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Dalam memberdayakan UKM perlu diperhatikan permasalahan yang dihadapi UKM itu sendiri.

#### **Permasalahan yang dihadapi industri kecil/UMKM di kabupaten Kerinci**

Berdasarkan hasil olahan data dari hasil kuisisioner yang disebarkan pada sekitar 1500 sampel terdiri atas pelaku UMKM, masyarakat umum, LSM dan *stakeholders* di 16 kecamatan dalam kabupaten Kerinci dengan beragam jawaban dapat disimpulkan beberapa permasalahan inti yang dihadapi oleh UMKM antara lain :

#### **1. Permasalahan belum kondusifnya iklim usaha**

UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan yang mendasar dalam menjalankan usahanya, termasuk tantangan untuk berkompetensi dan berkompetisi dalam persaingan pasar global yang cukup berat. Untuk itu, pemberdayaan UMKM masih perlu dilanjutkan dalam periode 5 (lima) tahun mendatang.

UMKM dalam periode 5 tahun ke depan masih menghadapi masalah yang terkait belum kondusifnya iklim usaha sebagai akibat:

- a. Belum efektifnya koordinasi dan sinkronisasi program dan kegiatan pemberdayaan UMKM yang direncanakan dan diimplementasikan oleh berbagai kementerian dan lembaga;
- b. Adanya prosedur dan administrasi berbiaya tinggi;
- c. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana untuk pemberdayaan UMKM; serta
- d. Kurangnya partisipasi seluruh pemangku kepentingan termasuk pemerintah, organisasi non pemerintah, dan masyarakat dalam pemberdayaan dan UMKM.

Oleh karena itu, sasaran pembangunan yang akan dicapai dalam 5 (lima) tahun ke depan yang direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian yaitu:

- a. Terlaksananya pemberdayaan UMKM dalam satu program nasional sebagai langkah strategis pemanduan dan penyelarasan program dan kegiatan kementerian dan Lembaga sebagai bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama mereka yang mengandalkan kehidupan dari koperasi dan kegiatan UMKM;
- b. Terwujudnya paradigma pemberdayaan koperasi dan UMKM yang lebih koordinatif, bisnis oriented, dan partisipatif;
- c. Terwujudnya birokrasi yang lebih efisien didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dari, oleh dan untuk masyarakat lokal; serta
- d. Meningkatkan peran lembaga-lembaga masyarakat pendukung koperasi dan UMKM.



## 2. Permasalahan pengembangan produk dan pemasaran

Koperasi dan UMKM masih menghadapi masalah dalam pengembangan produk dan pemasarannya. Permasalahan tersebut meliputi:

- a. Terbatasnya akses koperasi dan UMKM kepada teknologi dan lembaga litbang;
- b. Kurangnya kepedulian koperasi dan UMKM mengenai prasyarat mutu dan desain produk dan kebutuhan konsumen;
- c. Kurangnya insentif untuk berkembangnya lembaga pendukung koperasi dan UMKM;
- d. Belum terbangunnya prinsip kemitraan dalam satu kesatuan struktur/strategi pengembangan usaha yang bersinergi sesuai dengan rantai nilai (value chain); serta
- e. Masih adanya *gap* dalam kebutuhan pertumbuhan UMKM yang tinggi dan ketersediaan sumberdaya.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian direkomendasikan sasaran pembangunan yang akan dicapai sebaiknya adalah;

- a. Tersedianya hasil-hasil teknologi dan litbang yang sesuai dengan kebutuhan dan skala UMKM;
- b. Meningkatkan kemampuan technopreneurship koperasi dan UMKM;
- c. Meningkatnya jumlah kapasitas dan jangkauan lembaga penyedia jasa pengembangan dan pembiayaan usaha;
- d. Berkembangnya jaringan usaha yang berbasis kemitraan yang kuat; serta
- e. Berkembangnya lembaga pendukung usaha yang dapat memfasilitasi perkembangan potensi dan posisi tawar usaha mikro.

## 3. Rendahnya kualitas SDM

dicirikan oleh:

- a. Belum dipertimbangkannya karakteristik wirausaha dalam pengembangan UMKM;
- b. Rendahnya kapasitas pengusaha skala mikro, kecil dan menengah serta mengelola koperasi;
- c. Masalah rendahnya motivasi dan budaya wirausaha mikro dalam membangun kepercayaan; serta
- d. Masih rendahnya tingkat keterampilan dan kapasitas pengelola usaha.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian direkomendasikan sasaran pembangunan yang akan dicapai sebaiknya adalah ;

- a. Berfungsinya sistem pengembangan budaya usaha dan kompetensi wirausaha

sesuai dengan karakteristik koperasi dan UMKM;

- b. Meningkatnya kompetensi teknis dan manajemen pengusaha skala mikro, kecil dan menengah serta pengelola koperasi, terutama dalam menghasilkan produk yang berkualitas, inovatif dan kreatif; dan mengembangkan usaha pemasaran produknya;
- c. Meningkatnya kualitas dan sistem pengembangan kompetensi usaha skala mikro, kecil dan menengah serta pengelola koperasi; serta
- d. Meningkatnya budaya wirausaha dan daya tahan usaha mikro.

## 4. Prospek Industri kecil / UMKM secara Umum

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM akan dapat tumbuh lebih tinggi di tengah dinamika perekonomian global dan domestik pada 2019, khususnya untuk UMKM dapat tumbuh lebih tinggi di tengah era digital dan tantangan tahun politik, adanya platform perdagangan digital atau e-commerce turut membantu pemasaran produk-produk UMKM. Keberadaan transportasi online yang juga memudahkan proses distribusi UMKM hingga ke level daerah juga membuat proses pengantaran makanan hingga jual beli barang menjadi lebih cepat dan murah. Terlebih lagi, dinamika ekonomi global—seperti perang dagang antara Amerika Serikat dan China—yang selain membawa tantangan, juga menyimpan peluang bagi pelaku UMKM, seperti yang bergerak di bidang elektronik dan minyak nabati. Kesempatan yang harus dimanfaatkan untuk menggenjot ekspor China yang berpenduduk 1,3 miliar. Jadi kita harus memandang ekonomi pada 2019 dengan rasa optimistis, event politik justru membawa banyak peluang bisnis, yang terpenting terus inovatif dan jeli membaca situasi.

Permintaan global cukup solid, tetapi pelaku usaha perlu mencermati efek perang dagang dan fluktuasi kurs rupiah. Secara umum perekonomian Indonesia pada 2019 akan tumbuh sekitar 5,2% dengan didukung sektor logistik, transportasi, konstruksi, dan perdagangan. Faktor pendorong ekonomi adalah sektor pertanian, perkebunan, industri pengolahan, perdagangan, dan konstruksi. Harga komoditas, khususnya minyak kelapa sawit dan karet, yang diharapkan segera mengalami pemulihan akan mendorong ekspor Sumut menjadi lebih tinggi. “Kuncinya adalah memperbesar porsi industri pengolahan

yang bernilai tambah dan penetrasi pasar domestik. Semakin besar produk bernilai tambah yang dihasilkan maka kekhawatiran fluktuasi harga komoditas tidak menjadi masalah utama lagi.”

### 5. Kekuatan dan Kelemahan UMKM di KabKerinci

Berdasarkan hasil analisis dan survey di daerah penelitian ada beberapa hasil yang didapatkan melalui SWOT Analisis, yaitu:

- a. KEKUATAN (STRENGHT)
  - 1) Kebebasan untuk bertindak.
  - 2) Menyesuaikan kepada kebutuhan setempat.
  - 3) Peran serta dalam melakukan usaha/tindakan.
- b. KELEMAHAN (WEAKNESESS):
  - 1) Modal dalam pengembangan terbatas.
  - 2) Sulit untuk mendapatkan karyawan yang terampil.
  - 3) Relatif lemah dalam spesialisasi.

Segala usaha bisnis dijalankan dengan azas manfaat, yaitu bisnis harus dapat memberikan manfaat tidak saja secara ekonomi dalam bentuk laba usaha, tetapi juga kelangsungan usaha.

Beberapa faktor penentu keberhasilan usaha adalah:

- a. Kemampuan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana perusahaan, baik jangka pendek maupun panjang
- b. Kapabilitas dan kompetensi manajemen.
- c. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM), antara lain meliputi di kabKerinci, antara lain:

#### a. Faktor Internal

##### 1. Modal

Kurangnya permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

##### 2. Sumber Daya Manusia (SDM) dan Manajemen

Sumber daya manusia merupakan titik sentral yang sangat penting untuk maju dan berkembang, sebagian besar usaha mikro dan usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha mikro dan kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

##### 3. Teknologi

Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik. Sebagian besar UMKM masih dihadapkan pada kendala dalam informasi yang terbatas dan kemampuan akses ke sumber teknologi.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1. Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif

Kebijaksanaan pemerintah untuk menumbuh kembangkan usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan pengusaha-pengusaha besar.

##### 2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

##### 3. Implikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-undang no. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem

ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah. Di samping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

#### 4. Implikasi Perdagangan Bebas

Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku pada Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap UMKM untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu Hak Asasi Manusia. (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh Negara maju sebagai hambatan (Non Tarif Barrier for Trade). Untuk itu maka UMKM perlu mempersiapkan agar agar mampu bersaing baik secara keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

#### Upaya untuk Pengembangan UMKM di daerah Penelitian

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, maka ke depan perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

##### 1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif

Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perizinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.

##### 2. Bantuan Permodalan Pemerintah

Bantuan permodalan pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UMKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sector jasa financial formal, sector jasa financial informal, skema penjaminan, leasing dana modal ventura. Pembiayaan untuk UMKM sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, maupun non bank. Lembaga Keuangan Mikro Bank antara lain, BRI unit desa dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Sampai saat ini BRI memiliki sekitar 4.000 unit tersebar di seluruh Indonesia. Dari kedua LKM ini sudah tercatat sebanyak 8.500 unit melayani UMKM. Untuk itu perlu mendorong pengembangan LKM, yang harus dilakukan sekarang ini adalah bagaimana mendorong pengembangan LKM ini berjalan dengan baik, karena selama ini LKM non kpperasi memiliki kesulitan dalam legitimasi operasionalnya.

##### 3. Perlindungan Usaha Jenis-jenis Usaha Tertentu

Perlindungan usaha jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (win-win solution).

##### 4. Pengembangan Kemitraan

Pengembangan kemitraan perlu dikembangkan, kemitraan yang saling membantu antara UMKM, atau antara UMKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Di samping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UMKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

##### 5. Pelatihan Pemerintah

Pelatihan pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usaha. Di samping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

##### 6. Membentuk Lembaga Khusus

Membentuk lembaga khusus perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UMKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UMKM.

## KESIMPULAN

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi, begitu juga di Kabupaten Kerinci.

Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional dan pembangunandaerah, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga Panji. Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bangun, Wilson. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia . Jakarta: Erlangga
- Bayu Kartib. 2010. Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.
- BPS Kota Sungaipenuh. 2017.
- Buchari Alma. 2009. Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung: Alfabeta.
- Darmanto. 2015. Koperasi, kewirausahaan dan Usaha Kecil. Jakarta: Reneka Cipta.
- Fitriati, Rahma, 2017. "Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif" Kanisius. Bandung.
- Freddy, Rangkuti. 2014. " SWOT Analisis, Erlangga. Jakarta.
- Isono, dkk 2010, " Pengembangan Usaha Kecil, Akatiga, Jakarta
- Marbun, 2013, " Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan Kecil", Pustaka Binaman. Jakarta.
- Laporan Tahunan Disperindagkop kota Sungai penuh tahun 206 dan tahun 2017.
- Justin G, dkk, 2000, " Kewirausahaan Manajemen usaha kecil ", Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Geoffrey G, 2000, " Kewirausahaan Teori dan Praktek, penerbit PPM, Jakarta.
- Kanadi, 2016 "Koperasi dan UMKM, tantangandalammenumbuhkan Jiwa Kewirausahaan", Poltek Pos Indonesia Bandung.
- Kholmi, 2003, "Penelitian Analisis Kendala yang dihadapi Usaha Kecil dan dalam upaya Pengembangan Usaha di Malang.
- Maryati, Sri. 2017. "Manajemen Usaha kecil" ULK, Riau.
- Moeljadi, 2011, Pengaruh Beberapa Faktor internal Perusahaan dan Program Asistensi Pemerintah terhadap Kinerja Industri Kecil di Jawa Timur, Disertasi, Program Pascasarjana, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Mudrajat K. dan Kusumahadi W., 2001. " Analisis profil dan masalahindustri kecil dan rumah tangga: studi kasus di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 6, No. 1, ISSN 1410-2641, FE. Universitas Islam Indonesia.
- Rio, F Wilantara. 2017. StrategiKebijakanPengembangan UMKM" Ahditama, Jakarta.
- Singarimbun. 2008. Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Thomas W dan Norman M, 2017, ' Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil " Prenhallindo, Jakarta.
- Tulus, Th. 2017. UMKM :Ghalia Indonesia Jakarta.
- Ovet Media, 2011, Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal (Studi Kasus di PNPMP Kabupaten Kerinci)
- Wiwik S. dan Isnalita, 2003, " Kajian Pemetaan Usaha Kecil Menengah dalam Rangka Pra Restrukturisasi, Majalah Ekonomi, tahun XIII No. 1 April.
- Wie, Thee Kian, 1993, Industrialisasi di Indonsia; Beberapa Kajian , Jakarta: LP3ES.

Yannah, dkk. 2016. “Strategi  
Peningkatan Daya Saing  
dalam Menghadapi Ekonomi  
ASEAN.  
Deepublish -Cirebon.