

Peran 3P dalam meningkatkan produk UMKM berdaya saing di Pasar Domestik dan Internasional

Ali Fikri Hasibuan

Abstrak

Krisis Ekonomi tahun 1998 menunjukkan bukti kepada kita semua bahwa saat krisis itu terjadi banyak perusahaan besar yang gulung tikar, dikarenakan bahan baku impor meningkat secara signifikan, biaya cicilan utang meningkat, nilai tukar rupiah terhadap dolar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan. Kemampuan mereka sebagai pilar perekonomian nasional yang begitudibanggakan pada masa orde baru tidak mampu menahan terpaan krisis moneter 1998 yang mengaibatkan mereka gulung tikar. Akibatnya terjadi pemutusan hubungan kerja terjadi dimana-mana, yang berkorelasi positif pada tingginya tingkat pengangguran. Namun pada saat bersamaan perusahaan dalam skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) memperlihatkan eksistensinya dan dapat menyumbang GDP sebesar 552.945,40 miliar.

Oleh karena itu UMKM memiliki peran sentral dalam perekonomian Negara terbukti dengan peran UMKM yaitu dalam menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap banyak tenaga kerja, mensukseskan program dari menteri perindustrian yaitu tentang diversifikasi produk dalam menghadapi persaingan global. Tetapi sang penyokong perekonomian yaitu UMKM tidaklah merata dalam kemampuan dan kapasitas produksinya menurut survey badan pusat statistik 80 persen pelaku UMKM masih mengalami berbagai masalah seperti bahan baku, pemasaran, modal, BBM (energi), transportasi, ketrampilan, upah buruh dan hal yang paling banyak dihadapi pelaku UMKM adalah masalah modal dan bahan baku. Oleh karena itu diperlukan peran dari semua sektor (pelaku usaha, masyarakat, pemerintah, Bank) dalam mengatasi masalah yang dihadapi pelaku UMKM sehingga mereka dapat meningkatkan intensitas kegiatannya serta peningkatan kualitas produk sehingga produk UMKM dapat kompetitif dipasar internasional, selain itu penulis menyarankan kepada pemerintah untuk mengintensifkan program 3P (Pendampingan, Pemberdayaan dan Permodalan) untuk semua pelaku UMKM sehingga terjadi sinergisasi antara pelaku usaha UMKM dengan pemerintah. Dan pemerintah menciptakan Bank bahan baku untuk mensuplai bahan baku serta memberikan kredit bahan baku kepada UMKM yang terbatas dalam modal sehingga dapat beroperasi secara normal.

Kata Kunci, Krisis Moneter, UMKM, Bank Bahan Baku

Pendahuluan

Krisis Ekonomi tahun 1998 menunjukkan bukti kepada kita semua bahwa saat krisis itu terjadi banyak perusahaan besar yang gulung tikar, dikarenakan bahan baku impor meningkat secara signifikan, biaya cicilan utang meningkat, nilai tukar rupiah terhadap dolar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan. Kemampuan mereka sebagai pilar perekonomian nasional yang begitudibanggakan pada masa orde baru tidak mampu menahan terpaan krisis moneter 1998 yang mengaibatkan mereka gulung tikar. Akibatnya terjadi

pemutusan hubungan kerja terjadi dimana-mana, yang berkorelasi positif pada tingginya tingkat pengangguran. Namun pada saat bersamaan perusahaan dalam skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) memperlihatkan eksistensinya. Mereka bukan hanya mampu bertahan terhadap bencana krisis, tetapi juga menjadi penyokong perekonomian Negara pada saat itu. Terlihat bahwa krisis moneter yang menjatuhkan nilai tukar rupiah dari Rp 4.650 menjadi Rp 14.900 untuk 1 USD. Hal itu memberikan keuntungan yang cukup besar oleh pelaku UMKM di semua jenis usaha dan yang berorientasi ekspor.

Hasil survei yang dilakukan Bank Indonesia pada tahun 2001 menyebutkan bahwa krisis ekonomi telah menyebabkan 31 persen pelaku UKM mengurangi usaha mereka, 4 persen UKM berhenti, namun sebanyak 64 persen UKM justru tidak terpengaruhi. Dan UKM yang tetap eksis semakin berekspansi dalam mengembangkan produk hingga perluasan pasar.

Dari fenomena diatas menandakan bahwa UKM memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Negara, di saat krisis moneter pada tahun 1998 UKM menyumbang 552.945,40 miliar dari total GDP (Gross Domestic Produc). (www.bps.go.id) . sedangkan pasca krisis moneter 1998 UKM tumbuh dengan sangat pesat terlihat dari gambar berikut:



Sumber : www.bps.go.id

Dan hal ini tentunya menjadikan streng bagi Indonesia dengan semakin berkembangnya UKM tentunya akan banyak menghasilkan diversifikasi produk dan menjadikan UKM kompetitif dipasar domestik dan luar negeri, yang akan berkorelasi positif pada peningkatan pendapatan Negara dari sector rill yang tercermin pada peningkatan GDP.

Dilihat dari pertumbuhan jumlah UKM yang cukup signifikan pertumbuhannya seperti terlihat gambar 1.1 di atas, maka seharusnya dapat memenuhi permintaan akan pasar domestik, yaitu dengan diversifikasi produk hasil UKM. Tetapi realitanya produk UKM semakin tenggelam dibandingkan dengan produk impor, hal itu terlihat banyaknya impor pangan olahan, bahan rakitan HP, Mobil, TV yang setiap tahun meningkat. Hal itu disebabkan penurunan kualitas produk, kalah

dalam inovasi, harga yang lebih mahal dibandingkan produk impor. Selain itu juga faktor internal dari UKM itu sendiri yaitu masalah Bahan baku, pemasaran, modal, BBM (energi), transportasi, ketrampilan, upah buruh. Oleh karena itu sangat diperlukan peran serta pemerintah dalam meningkatkan intensitas dan kualitas UKM yang berupa pemberian kredit lunak, penyediaan barang baku dan intervensi pasar oleh pemerintah, sehingga dengan hal itu pelaku UKM dapat menghasilkan produk yang kompetitif.

Tinjauan Pustaka

UMKM

Pengertian UKM menurut UU No 20 tahun 2008

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah).
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, dengan kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000.- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp2.500.000.000.- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau

badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000.-(lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000.-(sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp50.000.000.000.-(lima puluh milyar rupiah)

Karakteristik UMKM di Indonesia

Sulistiyastuti (2004) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Kualitas produk UMKM berdaya saing global Sedangkan menurut Adam and Eberts (1992 : 511) Product quality is the appropriateness of design specification of function and use as well the degree specification.kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk sehingga digunakan memenuhi harapan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan konsumen. Serta produk itu tidak hanya digunakan oleh konsumen domestik tetapi juga digunakan oleh konsumen internasional.

METODE PENULISAN

Pendekatan Penulisan

Kegiatan penulisan ini ditujukan untuk Mengikuti Lomba Karya Ilmiah Accounts yang dilaksanakan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Andalas. Karya Tulis ini dibuat dalam bentuk tulisan, yang meliputi pengumpulan data, pengolahan data, diskusi dengan pembimbing, penulisan, pemeriksaan kembali dan pengiriman.

Penulisan Karya tulis ini di ambil dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah, Jurnal-Jurnal penelitian, buku-buku, Web, dan sumber – sumber lainnya yang mendukung tema dan Judul Karya Tulis ini.

Penulisan ini ditujukan pada pelaku usaha UMKM, masyarakat umum dan pemerintah. Dari pelaku usaha UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Masyarakat diharapkan prioritas dalam menggunakan produk dalam negeri. Dan dari pemerintah diharapkan dapat menciptakan sebuah regulasi untuk UMKM dalam permodalan, penciptaan pasar, bahan baku, dll.

Tahapan penulisan

1. Pengumpulan data.

Dalam tahapan ini, penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan UMKM, produk UMKM, peran serta UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian Negara.

2. Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, maka kami mulai merangkai dan menuliskan alur ide yang kami miliki yaitu mengenai UMKM, peran serta UMKM dalam ekonomi nasional, bagaimana membangun produk yang kompetitif diskala domestic maupun nasional

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Peranan dan Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB),Penyerapan tenaga kerja,serta

kemampuan dalam Ekspor produk. Melihat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik, maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar di Indonesia, tercermin dari tingkat pertumbuhan yang semakin meningkat jumlah UMKM di Indonesia.

Tabel Perkembangan UMKM serta kontribusinya tahun 2008-2012

Indikator	Satuan	2008	2009	2010	2011	2012
Jumlah UMKM	Unit	51.409.612	52.764.603	53.823.752	55.204.444	56.534.992
Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	2,52	2,64	2,01	2,57	2,41
Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	94.624.278	99.211.332	99.401.775	101.722.450	107.687.509
Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	3,80	2,33	3,32	2,33	5,83
Omset/turnover PDB UMKM (Sarga kasar)	Rp. Miliar	1.168.753,20	1.222.998,30	1.282.471,80	1.369.326,00	1.514.928,20
Pertumbuhan omset/turnover PDB UMKM	Persen	6,50	4,02	6,77	6,76	9,90
Nilai Ekspor UMKM	Rp. Miliar	179.008,28	182.274,52	179.894,89	187.441,82	208.087,00
Pertumbuhan Nilai Ekspor UMKM	Persen	26,82	4,88	6,41	6,56	11,80

Sumber : BPS Indonesia

Menciptakan Produk UMKM Menghadapi Persaingan Global

a) Kualitas Produk

Produk impor senantiasa dianggap berfokus pada kualitas, baru kemudian kuantitas. Sementara produk lokal senantiasa dianggap berfokus pada kuantitas, baru kualitas. Yang perlu diperbaiki dari pelaku usaha domestic adalah bagaimana mereka meningkatkan kualitas produk dalam menciptakan brand image di masyarakat bahwa produk Indonesia juga memiliki daya saing internasional.

b) Kemasan Produk

Proses mengemas produk adalah salah satu hal yang sangat vital dan harus diperhatikan oleh para pelaku UMKM dalam negeri, karena konsumen akan melihat casing terlebih dahulu dibandingkan dengan kualitas produk tersebut, karena konsumen akan memandang ketika suatu produk dikemas dengan sangat menarik maka akan berkorelasi positif pada tingkat kualitas produk tersebut.

c) Promosi Produk

Promosi adalah proses pengenalan produk kepada masyarakat luas, dimana promosi sangat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan akan produk yang dihasilkan. Ketika suatu barang berkualitas serta dikemas dengan hal yang sangat menarik, tetapi jika tidak dibarengi

dengan promosi maka akan sama dengan nol, karena produk kita tidak akan dikenal oleh masyarakat sebagai konsumen.

d) Harga sebanding dengan kualitas produk lokal

Dalam proses peningkatan penjualan produk UMKM disamping harus memperhatikan kualitas maka yang tidak kalah pentingnya juga masalah harga jual produk, maka harga produk harus sesuai dengan kualitas yang ada pada produk sehingga konsumen tidak dirugikan, selain itu dengan harga yang kompetitif maka konsumen akan lebih memilih produk UMKM lokal.

Peran setiap sector dalam menciptakan produk yang kompetitif di pasar domestic dan internasional.

a) Peran Pelaku UMKM

Peningkatan kualitas dan kuantitas produk UMKM haruslah dimulai dari internal UMKM tersebut, yaitu bagaimana mereka menghasilkan barang yang berkualitas dengan harga yang kompetitif, serta inovasi, kreatifitas, mengamati peluang pasar akan produk yang dihasilkan sehingga menghasilkan produk yang kompetitif sehingga tetap eksis dipasar.

b) Peran Pemerintah

Salah satu kontribusi pemerintah dalam mengembangkan UMKM, yaitu melalui kebijakan pemberian kredit usaha rakyat (KUR). Pemberian KUR dengan maksud untuk mengembangkan sektor Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan koperasi, pemerintah akan mendorong peningkatan akses pelaku UMKM dan Koperasi pemberian kredit/pembiayaan dari perbankan melalui peningkatan kapasitas Perusahaan Penjamin. Selain itu menurut penulis banyak UMKM yang kurang berkembang dengan alasan utama adalah masalah permodalan walaupun sudah diberikan fasilitas kredit yang diberikan pemerintah tetapi 60 % UMKM masih bermasalah dengan permodalan oleh karena itu menurut analisis penulis perlu diberlakukan kredit lunak untuk para pelaku usaha UMKM berupa pengembalian dengan jangka yang lebih

panjang, tingkat bunga pengembalian yang relative lebih rendah, dan dipermudah dalam syarat-syarat kredit serta kredit tanpa agunan untuk usaha yang memiliki prospek yang bagus menurut analisis pemerintah dan Bank.

Bank Indonesia bekerja sama dengan BPN melakukan program sertifikasi tanah untuk UMKM, yaitu upaya fasilitasi peningkatan status hak atas tanah dari kelompok pengusaha mikro, petani dan nelayan, sehingga dapat digunakan sebagai agunan kredit dengan program pilot project, pilot project dan Rural Rapid Assesment (RRA) serta meningkatkan bankability UMKM.

Selain itu bank membangun Perusahaan Penjaminan Kredit Daerah (PPKD) yang berfungsi melakukan penjaminan kredit bagi UMKM, khususnya yang memiliki keterbatasan agunan. Pada tahun 2013, telah didirikan dua PPKD yaitu di propinsi Jawa Barat dan Sumatera Barat, sehingga total terdapat enam PPKD yang telah berdiri di seluruh Indonesia (termasuk di Propinsi Jawa Timur, Bali, Riau dan Nusa Tenggara Barat).

Selain penyediaan infrastuktur pemberian kredit, Bank Indonesia juga memiliki peranan dalam pemberdayaan UMKM dilakukan dengan tujuan meningkatkan kapabilitas dan bankabilitas UMKM, yang berupa:

- a. Pelatihan dan edukasi
- b. Pengembangan klaster
- c. Pemanfaatan sertifikat tanah dan asuransi ternak secara terintegrasi untuk akses pembiayaan UMKM

c) Pihak lainnya

a. Perguruan tinggi

Perguruan tinggi sebagai salah satu aspek yang tidak kalah penting dalam meningkatkan produk UMKM yang kompetitif dipasar nasional dan internasional, dimana perguruan tinggi adalah wadah yang men-supply sumberdaya manusia yang unggul yang akan diproyeksikan mengisi pos pos strategis dalam perekonomian Negara, dimana salah satunya melalui UMKM.

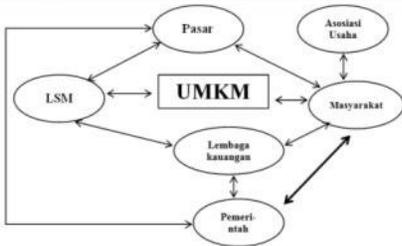
b. LSM dan Organisasi masyarakat

LSM menurut penulis juga memiliki peran penting sebagai sarana promosi yang efektif yang berupa pencerdasan kepada masyarakat secara langsung melalui forum seminar, workshop, aksi, dll.

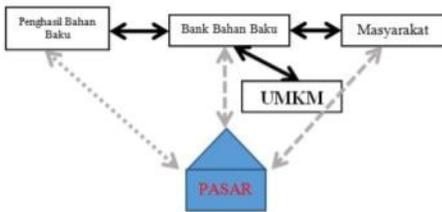
c. Masyarakat

Masyarakat sebagai konsumen akan produk yang dihasilkan oleh UMKM juga sangat memiliki peran sentral yaitu dalam memberikan kritik dan saran atas produk, selain itu masyarakat juga sebagai salah satu instrument dalam RnD (riset dan development).

Bank bahan baku adalah suatu wadah atau pasar penyedia bahan baku untuk kegiatan produksi UMKM, yaitu sebagai sarana untuk memudahkan UMKM dalam mendapatkan bahan baku, karena salah satu masalah yang dihadapi UMKM selain permodalan jug bahan baku. Oleh karena itu dengan adanya Bank bahan baku diharapkan pelaku usaha UMKM tidak kekurangan akan bahan baku lagi, selain itu Bank bahan baku tidak hanya menyediakan bahan baku tetapi juga memberikan fasilitas kredit bahan baku, sehingga untuk UMKM yang memiliki keterbatasan modal dapat terus beroperasi. Operasional Bank Bahan Baku tidak hanya berhenti pada proses itu saja melainkan seperti fungsi bank secara umum yaitu menghimpun dana dan disalurkannnya lagi, begitu juga bank bahan baku disamping menyediakan bahan baku produksi dan menyediakan kredit bahan baku tetap juga menyalurkan produk hasil olahan UMKM kepada pasar, sehingga menciptakan kemudahan dari semua lini yaitu dari petani, UMKM dan Bank bahan baku serta masyarakat, sehingga dapat menciptakan pasar sendiri. Sehingga dengan terbentuknya pasar antara gabungan dan kontribusi setiap aspek dan lini maka harapannya dapat memberikan profit secara financial maupun kepuasan.



Gambar 1.1. Hubungan Antar Sektor Dalam Menciptakan Produk UMKM Kompetitif Di Pasar Domestic Dan Internasional



Gambar 1.2. Hubungan Bank bahan baku, masyarakat dan penghasil bahan baku dalam menciptakan pasar.

Gambar diatas menjelaskan bahwa terjadi hubungan timbal balik yang saling berkontribusi dalam menciptakan pasar dimana Bank bahan baku sebagai sentral kegiatan dari semua aspek. Dimana penghasil bahan baku menyetorkan atau menjual kepada bank bahan baku selanjutnya bank bahan baku memberikan insentif atas bahan baku yang disetorkan, selanjutnya UMKM sebagai pelaku usaha yang akan mengolah produk, mengambil bahan baku (tunai/kredit) kepada bank bahan baku, setelah produk selesai maka UMKM menjual produk tersebut kepada bank bahan baku yang kemudian bank bahan baku yang memasarkan produk UMKM kepada masyarakat luas. Dimana dalam hal ini Bank bahan baku sebagai price maker sekaligus pengendali di setiap aspek yang meliputi kualitas, kuantitas, dan harga.

Peran Pendampingan, Pemberdayaan dan permodalan (3P) dalam meningkatkan kualitas produk UMKM

a. Peran Pemberdayaan

pertama, menciptakan iklim usaha yang kondusif (conducive business climate) sekaligus menyediakan lingkungan yang mampu dan kompetitif (enabling environment competitive)

mendorong pengembangan UMKM secara sistemik, mandiri, dan berkelanjutan. Kedua, menciptakan sistem penjaminan (guarantee system) secara finansial terhadap operasionalisasi kegiatan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh UMKM. Dan, ketiga, menyediakan bantuan teknis dan pendampingan (technical assistance and facilitation), sehingga dengan kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan produktifitas UMKM. (Gunawan Sumodiningrat, 2005)

b. Peran Permodalan

Pembiayaan memiliki peran yang cukup penting dalam perkembangan UMKM dalam kegiatan produksi dan intensifikasi program serta dalam memperluas pangsa pasar, sehingga dapat melakukan ekspansi pasar. Sehingga perlu adanya peran dari lembaga keuangan dalam memotori dalam pembiayaan kepada unit UMKM.

c. peran pendampingan

Guna melahirkan added value bagi usahanya di masa yang akan datang. Lingkup kerja konsultan UKM tersebut menaungi kegiatan UMKM yaitu, (1) perencanaan, yakni membantu pengusaha UMKM dalam menyusun rencana (action plan) dan target usaha ke depan secara terukur, terarah, dan wajar. (2) implementasi, yakni turut mendampingi pengusaha UKM dalam menjalankan rencana yang telah disusunnya, membantu mencari solusi ketika pengusaha menghadapi kendala dan permasalahan. (3) Evaluasi, yaitu turut memberikan penilaian atas kinerja yang dicapai perusahaan, dan membantu pengusaha dalam menemukan penyebab terjadinya penyimpangan dari target yang telah dibuat. (4) Pengembangan, yakni turut membantu pengusaha UMKM dalam menyusun rencana pengembangan dari hasil yang telah dicapai selama ini.

Kesimpulan

1. UMKK memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian terlihat bahwa pada saat krisis ekonomi dan moneter tahun 1998, UMKK menjadi tulang punggung negara dengan sumbangan GDP

(Gross Domestic Product) sebesar 552.945,40 miliar, yang mana pada saat itu perusahaan besar justru pailit dan tidak beroperasi lagi.

2. Dalam menciptakan produk yang berdaya saing secara global yang artinya melewati batas-batas Negara maka aspek yang sangat diperhatikan adalah kualitas dari produk itu sendiri, kemasan yang menarik dan juga bersifat temporer dan promosi yang massif serta menciptakan harga yang proporsional dan kompetitif.
3. Dalam pengembangan UMKM semua sektor sangat berpengaruh yaitu seperti pemerintah dalam membuat regulasi, dan kebijakan mengenai fasilitas KUR (Kredit Usaha Rakyat), serta pemerintah dapat melakukan intervensi pasar yang dapat menguntungkan para pelaku UMKM.
4. 3P memiliki peran yang sangat signifikan dibandingkan dengan yang lain dalam menciptakan produk yang kompetitif dipasar yaitu melalui program pemberdayaan dalam menciptakan kondisi yang produktif, permodalan dimana pemberian kredit atau pembiayaan lunak dalam mendorong intensifikasi usaha, penadampingan yaitu sebagai proses konseling dan monitoring.

Saran

1. Kepada para pelaku UMKM harapannya dapat meningkatkan intensitas produksi dengan tetap memperhatikan kualitas produk, dan selalu berinovasi sehingga UMKM selalu eksis di pasar.
2. Pemerintah harus menciptakan iklim usaha yang kondusif, dan membangun infrastruktur mengenai pengelolaan dan penyedia bahan baku produksi UMKM yang dalam paper ini adalah adanya Bank Bahan Baku

Daftar Pustaka

Danuar Dani.2013.Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Berbasis Ekonomi Kreatif[skripsi].Semarang(ID).Fakultas

ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.

Filandari Mitha.Pemberian Bantuan Kredit oleh Bank kepada UKM (Usaha Kecil Menengah)[makalah].Jakarta(ID).Fakultas Ekonomi. Universitas Guna Guna Dharma.

Yusuf,Arianto.2007.Jurus menembus pasar ekspor.jakarta:media Pressindo

BDS LPPM UNS. 2005. Pasar Keuangan Mikro. Pelatihan Kredit Usaha Mikro

Dan Kecil Bagi Bank Umum. Buku Laporan: Kerjasama LPPM UNSdengan BI Kediri.

Prabowo, Hendro dan Wardoyo. 2003. Kinerja Lembaga Keuangan Mikro bagi Upaya Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Jabotabek. Depok : Universitas Gunadarma

Suyanto, M. 2005. Artikel, Aplikasi IT untuk UKM Menghadapi Persaingan Global. Yogyakarta

file:///D:/Rendang%20Halal%20Kini%20Siap%20Go%20Internasional!.htm

www.beritasore.com/.../dikeluarkan-inpres-wajibkan-penggunaan-produk-dalam-negeri/

http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=13&otab=45

http://www.bi.go.id/id/perkembangankreditumkm/Default.aspx?k=umkm