

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN  
PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN GIRISUBO  
BERDASARKAN TEORI SCHUMPETER**

**THESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister  
Pada Program Magister Manajemen**



Disusun Oleh:

**ANGGARA PRAMUSHINTA**

**2222 00906**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2024**



## UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN GIRISUBO BERDASARKAN TEORI SCHUMPETER

Telah diuji pada tanggal: 30 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua

Dr. Bambang Suropto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Anggota

Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

Pembimbing

Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si, Ph.D.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI  
KECAMATAN GIRISUBO BERDASARKAN TEORI SCHUMPETER**

dipersiapkan dan disusun oleh:

**Anggara Pramushinta**

Nomor Mahasiswa: 222200906

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) di bidang Manajemen

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

Pembimbing

Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si, Ph.D.

Ketua Penguji

Dr. Bambang Suropto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Anggota Penguji

Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

Yogyakarta, 30 Juli 2024  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN  
Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA  
JL. SETURAN, YOGYAKARTA 55281, P.O. BOX 1014 YOGYAKARTA 55010  
TELP. (0274) 486160, 486321, FAKS. (0274) 486155 www.stieykpn.ac.id

## Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN GIRISUBO BERDASARKAN TEORI SCHUMPETER**

diajukan untuk diuji pada tanggal 30 Juli 2024, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijazah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji

Dr. Bambang Suropto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji

Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

Yogyakarta, 30 Juli 2024

Yang memberi pernyataan

Anggara Pramushinta

Saksi 3, sebagai Pembimbing

Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si, Ph.D.

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This research aims to determine the factors that influence the increase in MSME income in Girisubo District based on Schumpeter's Theory. In this research, primary data was obtained by direct interviews with informants as business owners. The data obtained was in the form of audio data from informants which were then transcribed and processed with NVivo regarding questions that represented each factor used in this research. The number of informants in the research was 20 informants.*

*The results of this research show that there are five factors that can increase MSME income in accordance with Schumpeter's Theory. (1) production innovation factors, innovation of goods or services in business can be an important factor in increasing the income of business actors. (2) production efficiency factors or efficiency in running a business can be an important factor that can increase the income of business actors. (3) the factor of expanding market reach can be an important factor in increasing the income of business actors. (4) capital development is also an important factor in increasing the income of business actors. (5) organizational structure renewal is also an important factor in increasing business income.*

**Keywords:** MSMEs, Schumpeter's theory, increase in income.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia setiap waktu semakin berkembang, mengingat struktur usaha yang berkembang saat ini masih berbasis di industri kecil serta menengah (Marlina & Sunarsih, 2023). Setiap tahunnya UMKM memiliki perkembangan yang pesat seperti yang dilansir dari KADIN Indonesia (2023) pada tahun 2020 sejumlah 64 juta, tahun 2021 sejumlah 65.46 juta, 2022 sejumlah 65 juta dan tahun 2023 sejumlah 66 juta. Hal ini didasari oleh semakin meningkatnya niat masyarakat untuk berwirausaha. Sebagai contoh, UMKM di Kecamatan Girisubo yang merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Gunungkidul dimana mayoritas penduduknya selain mengandalkan pertanian sebagai sumber penghasilan, penduduk di kecamatan ini juga memiliki sebuah usaha untuk dijadikan sumber penghasilan mereka. Kecamatan Girisubo memiliki 8 desa yakni (Balong, Jepitu, Jerukwudel, Karangawen, Nglindur, Pucung, Songbanyu dan Tileng). Berdasarkan Pemberdayaan Masyarakat Kapanewon Girisubo menunjukkan jumlah UMKM menunjukkan angka 906 UMKM, usaha terdiri dari berbagai macam bentuk usaha baik itu usaha jasa maupun produk.

Dilansir dari BPS Kabupaten Gunungkidul sejumlah 41.13% masyarakat di Daerah Gunungkidul ini menjadikan usaha sebagai sumber penghasilan untuk mencukupi kebutuhan. Salah satunya di Kecamatan Girisubo ini, akan tetapi dalam mengelola usaha, pelaku UMKM ini belum cukup memperhatikan faktor-faktor inovasi untuk usaha mereka. Usaha masih dikelola dengan cara tradisional belum banyak yang dapat memanfaatkan faktor-faktor pengelolaan usaha yang dapat meningkatkan pendapatan usaha mereka, padahal jika usaha dikelola dengan tepat tentunya hal ini akan dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha mereka. Jumlah UMKM di Kecamatan Girisubo bukanlah angka yang sedikit, pelaku usaha di dalamnya harus dapat mengelola usaha mereka dengan faktor-faktor yang tepat guna menjaga keberlangsungan usaha (Susanto, 2014). Namun pada kenyataannya tidak sedikit UMKM yang belum bisa mengelola usaha mereka dengan baik sehingga tidak jarang UMKM ini tidak dapat memaksimalkan pendapatan usaha mereka (Lohanda & Mustikawati, 2018).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

UMKM yang belum bisa mencapai kinerja yang baik di tengah daya saing yang tinggi, akan berdampak terhadap keberlangsungan hidup UMKM itu sendiri (Santoso et al., 2019). Seiring berjalannya waktu UMKM perlu untuk ditingkatkan guna menjaga keberlangsungan hidup usaha, peningkatan pendapatan UMKM menjadi hal penting untuk diperhatikan, karena pendapatan menjadi hal penentu keberlangsungan hidup sebuah usaha. Pelaku usaha harus mengupayakan agar pendapatan mereka terus meningkat sehingga siklus keuangan tidak stagnan dan keberlangsungan hidup usaha terjamin (Hasiah & Zakariah, 2024).

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alves et al. (2020), UMKM dapat berhasil bertahan dengan memperhatikan faktor-faktor seperti: hubungan pelanggan, produk, keuangan, pembelajaran dinamis dan perangkat keras. Penelitian Costa dan Castro (2021) faktor yang membuat UKM mengalami kegagalan karena tidak memperhatikan: inovasi produk, hubungan pelanggan, produk yang disesuaikan, motivasi dan keterampilan. Penelitian Engidaw (2022) dengan tetap menjaga ekspektasi dan berkomunikasi dengan karyawan, pemasok, bank atau lembaga non bank dan pelanggan mengurangi pengeluaran, bersikap terbuka dengan karyawan tentang keuangan, tetap melakukan pemasaran, menggunakan alternatif pengiriman untuk produk yang dijual UMKM dapat bertahan dan pulih dari krisis. Penelitian Fzlinda dan Hanim (2020) dengan menjalankan bisnis dari rumah, menggunakan pemasaran digital, menggunakan penjualan multi-saluran dan penetrasi segmen pasar UMKM dapat bertahan.

Penelitian Irawan (2020) dengan menjalankan bisnis dari rumah, menggunakan pemasaran digital, menggunakan penjualan multi-saluran dan penetrasi segmen pasar UMKM dapat bertahan. Penelitian Kumar dan Ayedee (2021) dengan adanya teknologi yang diadopsi dalam sebuah bisnis menjadi hal yang dapat membantu bisnis tersebut menghadapi permasalahan. Penelitian Lim dan Morse (2020) penggunaan sumber daya dinamis sebagai landasan kognitif yang dapat membantu keberlangsungan hidup usaha. Penelitian Paul (2020) UKM perlu fokus pada penerapan strategi seperti bersinergi, mengatur, membakukan,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan menyusun strategi untuk mencapai pertumbuhan, daya saing, kinerja, dan kesuksesan. Penelitian oleh Sadeghi et al. (2020) menghasilkan lebih banyak keuntungan, memperluas pasar, adanya keinginan pemilik usaha untuk mengekspor dan memperoleh rasa hormat sosial dapat membantu keberlangsungan hidup UKM. *Hal ini yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, penelitian ini akan menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM yang belum dibahas secara komprehensif sesuai dengan faktor-faktor yang terdapat pada Teori Schumpeter yaitu (hadirnya sebuah produk baru, efisiensi produksi, jangkauan pasar, pengembangan modal dan pembaruan struktur organisasi), pada Kecamatan Girisubo.*

Teori Schumpeter ini berpendapat bahwa faktor terpenting untuk meningkatkan pertumbuhan atau peningkatan sebuah pendapatan ditekankan pada peran pengusaha dalam melakukan inovasi-inovasi dalam meningkatkan produktivitasnya. Sehingga teori ini dapat menunjukkan faktor-faktor yang akan membuat pendapatan UMKM meningkat (Fatmawati & Syafitri, 2015). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan data primer yang diperoleh dengan cara wawancara kepada narasumber langsung sejumlah 20 pelaku UMKM di kecamatan Girisubo. Peneliti akan melakukan wawancara langsung kepada pelaku UMKM. Teori kepemimpinan transformasional merupakan. Kepemimpinan transformasional berasal dari nilai pribadi dan keyakinan para pemimpin pemimpin transformasional beroperasi dari sistem nilai pribadi yang dijadikan pegangan hal ini meliputi keadilan dan integritas. Pemimpin transformasional memiliki kemampuan untuk mengubah karyawan atau menyatukan karyawan. Hasil dari kepemimpinan ini adalah tingkat kinerja yang lebih tinggi antara individu dari kinerja sebelumnya (Bass, 1985)

## **2. TINJAUAN TEORI**

### **Teori Schumpeter**

Dalam teori Schumpeter berpendapat bahwa faktor terpenting dalam suatu perekonomian merupakan inovasi yang merupakan bentuk kreatifitas para wiraswasta atau pengusaha. Schumpeter juga berpendapat bahwa hal yang paling



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penting merupakan adanya kenaikan output yang disebabkan adanya perkembangan ekonomi. Yang mana dalam hal ini ditekankan pentingnya peran pengusaha untuk setiap inovasi yang dihasilkan guna meningkatkan produktivitas usaha (Fatmawati & Syafitri, 2015). Teori ini memfokuskan pada kontribusi pengusaha untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi. Pada teori ini juga menunjukkan bahwa pengusaha adalah kelompok yang akan selalu melakukan kegiatan inovasi dalam kegiatan ekonomi. Faktor-faktor inovasi ini dapat berbentuk seperti berikut:

- a. Hadirnya barang atau produk baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat,
- b. Efisiensi Produksi barang,
- c. Memperluas jangkauan pasar merambah pasar baru,
- d. Pengembangan modal,
- e. Pembaruan struktur organisasi perusahaan sehingga perusahaan lebih koefisien dalam menjalankan kegiatan ekonomi (Sukirno, 2012).

## **Teori Kepemimpinan Transformasional**

Kepemimpinan transformasional berasal dari nilai pribadi dan keyakinan para pemimpin. Hal ini bukan dalam pertukaran komoditas di antara pemimpin dengan karyawan (Kuhnert & Lewis, 1987). Pemimpin transformasional beroperasi dari sistem nilai pribadi yang dijadikan pegangan hal ini meliputi keadilan dan integritas. Pemimpin transformasional memiliki kemampuan untuk mengubah karyawan atau menyatukan karyawan. Hasil dari kepemimpinan ini adalah tingkat kinerja yang lebih tinggi antara individu dari kinerja sebelumnya (Bass, 1985).

## **Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)**

UMKM menjadi salah satu bagian penting dari perekonomian sebuah negara maupun daerah, begitu juga negara Indonesia. UMKM dapat membantu negara serta pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru yang menggunakan tenaga baru serta dapat mendukung pendapatan masyarakat. Usaha kecil menengah ini dapat menjadi penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi baik dalam mendorong atau pertumbuhan ekonomi maupun tenaga kerja dalam upaya mensejahterakan masyarakat (Pujiyanti, 2015). Usaha kecil mikro

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menengah telah menjadi salah satu dari bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran. Dalam proses pelaksanaannya memungkinkan menaikkan potensi masyarakat sehingga potensi tersebut dapat berkembang secara optimal (Putra et al., 2016).

## **Pendapatan**

Pendapatan ini akan mempengaruhi banyaknya barang yang akan dikonsumsi, sering kali dijumpai pula apabila pendapatan bertambah maka barang yang dikonsumsi juga akan bertambah, akan tetapi kualitas barang juga harus tetap dijaga (Soekartawi, 2012). Pendapatan atau penghasilan bukan hanya dilihat dari jumlah yang diterima saja, akan tetapi tentang bagaimana distribusi pendapatan yang diterima oleh masyarakat adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi arah distribusi pendapatan dan pengeluaran ialah: pertama, perolehan faktor produksinya maksudnya dalam hal ini faktor yang paling penting adalah tanah atau modal. Kedua, perolehan pekerjaan yakni perolehan pekerjaan bagi mereka yang belum memiliki kesempatan kerja penuh. Ketiga, cepat atau lambatnya produksi pedesaan dalam hal ini yang terpenting adalah produksi dan arah harga yang diberikan kepada produk atau *output* tersebut (Raswin, 2019).

## **3. Metode Penelitian**

### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian kualitatif. Penelitian dengan metode ini memiliki tujuan untuk mengungkapkan suatu kejadian atau fakta, keadaan dan fenomena yang terjadi ketika penelitian ini berlangsung dengan menjelaskan apa yang terjadi sebenarnya.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Dalam penelitian ini akan menggunakan populasi yakni UMKM di Kecamatan Girisubo sejumlah 906 UMKM, yang terdiri dari 8 desa yakni (Jepitu,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Jerukwudel, Karangawen, Nglindur, Pucung, Songbanyu dan Tileng). Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan sejumlah 20 UMKM di Kecamatan Girisubo, yang akan diambil pada desa dengan rincian (10 UMKM di daerah Jepitu, 5 UKM di daerah Balong dan 5 UKM di daerah Nglindur). Desa ini dipilih karena desa ini merupakan desa yang sudah maju di kecamatan Girisubo, desa ini juga mudah dijangkau sehingga mudah digunakan sebagai sampel. Dengan UMKM yang sudah stabil baik dari omset, jumlah karyawan dan juga lama berjalannya UMKM tersebut.

## **Jenis dan Sumber Data**

Data dalam penelitian kualitatif akan berupa keterangan-keterangan yang akan mendukung penelitian, seperti gambaran umum industri. Sumber data pada penelitian merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari narasumber. Dalam penelitian ini data akan diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada narasumber.

## **Metode Analisis Data**

- Transkrip data, pada tahap ini data yang telah diperoleh dalam bentuk suara atau rekaman audio, akan di transkripkan menjadi kata atau akan ditulis secara verbatim
- Membuat kode, ketika narasumber memberikan jawaban atau informasi dan informasi tersebut yang peneliti butuhkan maka peneliti akan memberikan kode pada informasi tersebut.
- Membuat tema, ketika terdapat kode yang sama dalam kategori serta makna akan dihubungkan menjadi satu kelompok.
- Menginterpretasikan, menginterpretasikan hasil temuan, saran dan pendapat.
- *Reporting* data, pada tahap ini hasil temuan disajikan dalam format terstruktur agar mudah dipahami oleh pembaca.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Informan dan Usaha

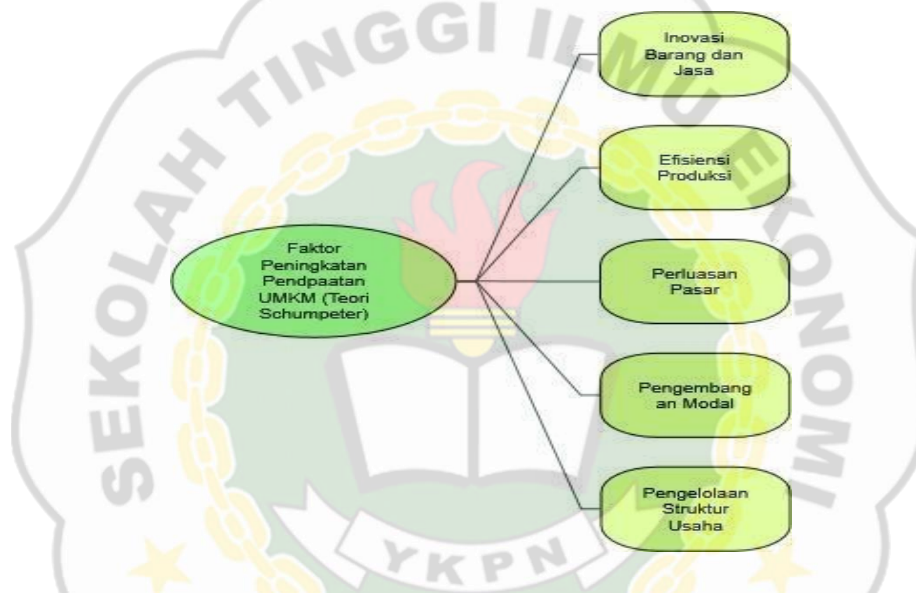
Tabel 4.1 Karakteristik Informan dan Usaha

Karakteristik Informan dan Usaha							
Informan	Inisial	Jenis Usaha	Pekerjaan	Pendidikan	Status Usaha	Lama Usaha	Omset
1	TA	Restoran Seafood	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
2	JU	Mebel atau kayu	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
3	SI	Toko kelontong	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
4	GI	Swalayan	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
5	KA	Penginapan	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
6	NG	Toko sembako	Utama	SD	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
7	SU	Toko kelontong	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
8	MU	Salon rambut	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
9	IN	Toko kelontong	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
10	TU	Bengkel motor	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
11	RU	Toko bangunan	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
12	TU	Mebel Furniture	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
13	SA	Mie ayam & bakso	Sampingan	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
14	TG	Produksi tempe kedelai	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
15	WA	Servis elektronik	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
16	DA	Digital printing	Utama	SMK	Kerja Sama	>3 tahun	<11.5jt

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

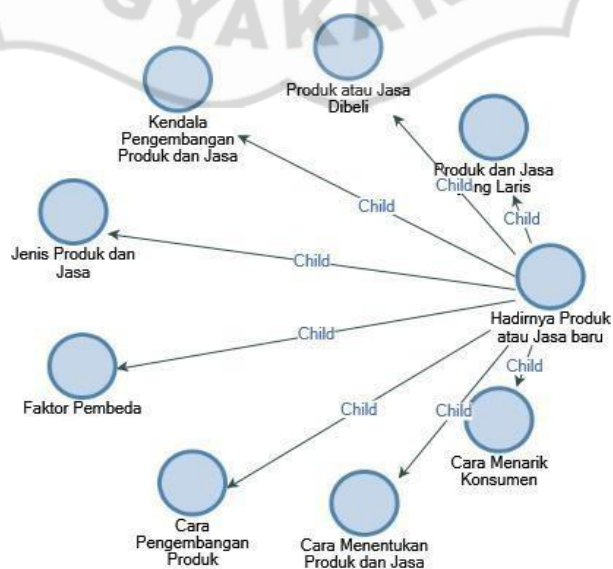
17	SP	Warung makan	Utama	SMP	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
18	ED	Toko baju	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	<11.5jt
19	MA	Mebel furniture	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt
20	RO	Konter HP	Utama	SMK	Milik sendiri	>3 tahun	>11.5jt

## Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan UMKM



Gambar 4.1 Faktor-Faktor Teori Schumpeter

## Hadirnya barang atau produk baru



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Gambar 4.2 Inovasi Produk dan Jasa

Untuk produk dan jasa yang terdapat pada usaha informan ini sesuai dengan bidang masing-masing usaha. Usaha seperti (toko kelontong) kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti (sembako, kebutuhan rumah tangga dan makanan minuman ringan). Usaha yang bergerak dalam bidang jasa seperti, (bengkel, penginapan, servis, dan salon) menjual jasa yang sesuai dengan jasa yang mereka tawarkan seperti (tambal ban, kamar hotel dan jasa potong rambut). Dan usaha yang bergerak dalam produksi seperti, (mebel dan produksi tempe) menjual produk seperti (furniture rumah dan tempe kedelai).

Cara pemilik usaha dalam menentukan barang atau jasa yang mereka jual dalam usaha ini adalah dengan cara, jika usaha bergerak menjual barang maka cara menentukan dengan mengikuti kebutuhan lingkungan sekitar lokasi usaha dan tren yang sedang diminati pelanggan, jika usaha bergerak dalam bidang jasa maka dengan cara mereka menjual sesuai dengan kemampuan atau hobi mereka. Dari 20 usaha yang dijadikan sampel menunjukkan bahwa setiap hari nya barang dan jasa yang mereka jual dalam usaha mereka digunakan dan dikonsumsi oleh pelanggan.

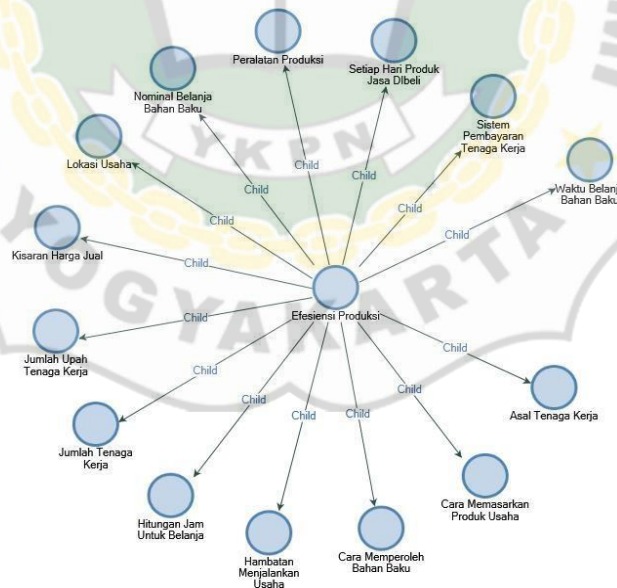
Untuk usaha yang bergerak dalam bidang menjual barang seperti toko kelontong maka barang yang paling banyak dicari atau cepat laku adalah kebutuhan sembako. Untuk usaha dalam bidang produksi mebel maka barang yang paling diminati pelanggan adalah furniture keperluan rumah. Usaha yang bergerak dalam produksi tempe maka yang paling diminati adalah olahan tempe. Usaha yang bergerak dalam jasa olahan makanan maka olahan makanan mereka kebanyakan diminati oleh pelanggan karena sudah disesuaikan dengan selera pelanggan. Cara pemilik usaha dalam menarik perhatian pelanggan mereka, yakni dengan cara. Menjual barang dengan harga yang lebih murah atau harga dibuat bersaing dengan usaha lainnya, memperbanyak display barang yang mereka jual, mengadakan promo atau diskon, merapikan tempat usaha, mempertahankan cita

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rasa masakan, memberikan pelayanan terbaik dan menggunakan media sosial untuk memasarkan usaha mereka.

Cara pelaku usaha dalam mengembangkan barang atau jasa yang mereka jual dengan cara. Memperbanyak variasi atau pilihan barang yang mereka jual, mengikuti tren yang ada sehingga apa yang disediakan dalam usaha sesuai dengan kebutuhan pelanggan, melengkapi peralatan yang digunakan sehingga bisa menunjang keperluan produksi. Kendala dalam melakukan pengembangan produk yang ditemui oleh pelaku usaha seperti, adanya persaingan usaha, modal dalam mengembangkan barang atau jasa yang dijual. Kemudian karena daerah Girisubo jauh dengan kota sehingga kalau pedagang ingin belanja terkendala jarak, peralatan yang digunakan untuk menunjang kegiatan usaha yang terbatas. Dan kendala dalam harga bahan baku yang

## Efisiensi produksi



**Gambar 4.3 Efisiensi Produksi**

Peralatan yang digunakan guna menunjang jalannya usaha dari 20 informan dapat dikatakan sudah memadai. Peralatan yang mereka miliki memang belum dapat dikatakan lengkap akan tetapi jika digunakan untuk menunjang kegiatan usaha sudah bisa dikatakan memadai. Sehingga usaha dapat berjalan dengan semestinya.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam usaha memperoleh stok bahan baku atau stok barang dagangan pelaku usaha berbelanja stok ke kota atau sales yang datang untuk memenuhi stok dalam usaha. Sehingga apabila stok produk sudah disuplai oleh sales dapat memangkas waktu belanja stok barang. Nominal yang diperlukan oleh pelaku usaha dalam menyetok barang dagangan berkisar 1.000.000 hingga 50.000.000 sesuai dengan bidang usaha masing-masing.

Untuk waktu yang diperlukan pelaku usaha untuk memperoleh bahan baku atau barang untuk dijual di usaha mereka jika melalui sales maka rutin per minggu, jika belanja sendiri maka tergantung bidang usaha yang mereka jalankan khususnya di bagian mebel maka memerlukan waktu untuk mencari bahan baku yang lama > 1 hari, untuk usaha yang menjual barang kembali seperti toko dan yang lain maka waktu yang diperlukan cukup dalam waktu 1 hari. Untuk kisaran harga jual barang atau jasa maka disesuaikan dengan bidang usaha. Seperti usaha toko pelaku usaha menjual barang dengan harga bersaing yang berarti pelaku usaha dalam mengambil keuntungan hanya sedikit dengan harapan harga bisa bersaing dengan pedagang lain sehingga barang cepat terjual. Untuk usaha jasa seperti bengkel, servis dan salon menjual dengan harga sesuai dengan jasa yang ditawarkan begitu pula untuk usaha makanan. Pelaku usaha menjual barang dan jasa mereka dengan harga bersaing.

Cara pelaku usaha untuk menjual barang dan jasa mereka menggunakan media sosial (WA dan IG). Lokasi usaha yang berada di dekat jalan raya juga sangat menguntungkan pelaku usaha karena dengan dekatnya lokasi dengan jalan raya utama usaha menjadi banyak diketahui oleh banyak orang. Selain itu pelaku usaha juga menjual barang dan jasa mereka dengan cara dari mulut ke mulut karena menurut mereka hal-hal inilah yang dinilai efektif dalam menjual barang dan jasa pada usaha mereka. Dan barang juga jasa yang dijual oleh pelaku usaha untuk setiap harinya dibeli oleh pelanggan mereka, setiap harinya usaha mereka tidak pernah sepi pembeli 1-2 pembeli selalu membeli barang atau jasa mereka.



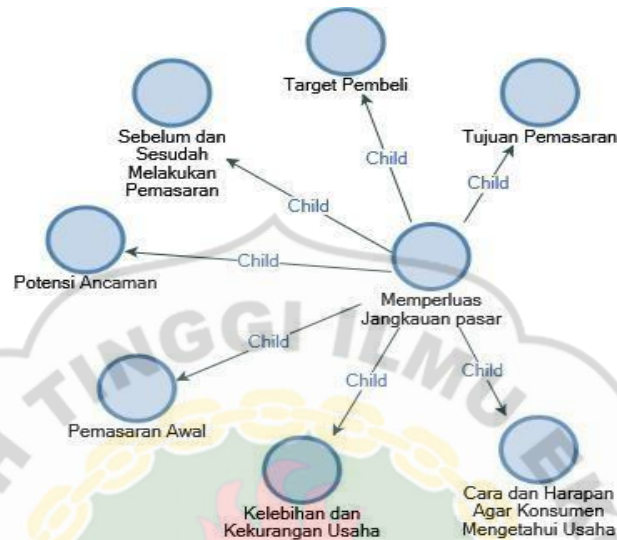
# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha ini sejumlah 16 pelaku usaha dibantu oleh tenaga kerja dalam menjalankan usaha mereka dan sisanya 4 pelaku usaha masih mengelola usaha mereka sendiri tanpa bantuan tenaga kerja. Pelaku usaha ini memanfaatkan sumber daya manusia yang ada disekitar lingkungan usaha mereka tenaga kerja ini berasal dari saudara dan tetangga mereka. Untuk sistem pembayaran yang digunakan pelaku usaha ini dengan cara harian dan juga bulanan. Untuk kisaran upah yang diberikan kepada tenaga kerja untuk per hari berkisar 60.000 hingga 150.000 untuk bulanan berkisar 500.000 – 1.500.000 penentuan gaji ini berdasarkan kondisi usaha ramai atau tidaknya, begitu pula tenaga kerja yang membantu sesuai dengan kondisi usaha ramai atau tidaknya.

Untuk lokasi usaha, pelaku usaha memiliki Lokasi usaha yang dapat dikatakan strategis karena hampir seluruh usaha berada di dekat jalan raya utama dan jalan arah wisata. Sehingga hal ini tentunya juga dapat menguntungkan pelaku usaha karena menurut mereka usaha menjadi lebih cepat diketahui oleh pelanggan. Untuk hambatan yang sudah ditemui pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka diantaranya, jarak lokasi usaha dengan kota yang jauh sehingga mempengaruhi ketika stok barang habis memerlukan waktu untuk belanja. Pasar online yang saat ini sudah mulai merambah segala jenis kebutuhan sudah dapat dipesan secara online dengan harga yang lebih murah. Kemudian lokasi usaha yang terlalu dekat dengan jalan raya juga dapat menjadi hambatan karena tempat parkir yang terbatas dan modal yang masih menjadi hambatan pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka saat ini.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Memperluas jangkauan pasar



**Gambar 4.4 Perluasan Jangkauan Pasar**

Pemasaran awal yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka yakni dengan cara memasarkan barang dan jasa dari mulut ke mulut. Selain itu juga dengan cara memasang iklan dengan brosur atau spanduk. Pelaku usaha lebih banyak menggunakan cara dari mulut ke mulut hal ini dinilai lebih efektif dalam memasarkan usaha mereka. Untuk target konsumen yang mereka pilih sesuai dengan jenis usaha mereka. Untuk usaha toko dan warung makan maka target konsumen mereka adalah segala usia. Untuk pelaku usaha bengkel memilih target konsumen yang memiliki sepeda motor. Untuk usaha servis elektronik memilih target anak muda atau gamers. Dan usaha mebel kebanyakan menarget konsumen kalangan menengah ke atas karena disesuaikan dengan bahan baku yang mereka gunakan. Target konsumen pelaku usaha ini disesuaikan dengan masing-masing jenis usaha mereka sehingga bisa tepat pada sasaran pasar mereka.

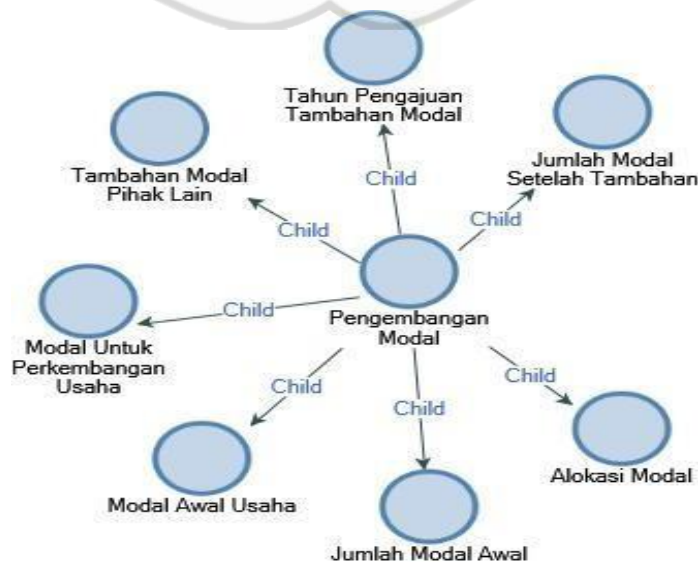
Tujuan pemasaran yang dilakukan pelaku usaha ini antara lain untuk menambah pelanggan atau konsumen usaha mereka. Dengan adanya pemasaran yang dilakukan pelaku usaha menghadapi pelanggan mereka atau konsumen mereka menjadi tertarik untuk membeli barang dan jasa yang mereka tawarkan. Sehingga dengan meningkatnya jumlah pelanggan di usaha mereka dapat

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menambah keuntungan atau omset usaha mereka dan usaha dapat berjalan dengan lancar. Perbedaan yang dirasakan oleh pelaku usaha sebelum melakukan pemasaran seperti saat ini lebih pada jumlah pelanggan yang awalnya tidak sebanyak saat ini. Setelah melakukan pemasaran seperti saat ini pelanggan usaha mereka menjadi bertambah dan lebih ramai dibandingkan sebelumnya. Sehingga dengan menggunakan pemasaran melalui media sosial semakin menambah jumlah pelanggan mereka.

Kelebihan usaha menurut pelaku usaha antara lain, seperti pilihan atau variasi produk yang lengkap, harga yang terjangkau, kualitas bahan baku, jam operasional usaha yang fleksibel dan inovasi produk. Untuk kelemahan usaha menurut pelaku usaha seperti, waktu pengerjaan yang terkadang lama, sempitnya lokasi usaha, modal untuk mengembangkan usaha dan tenaga kerja yang kurang karena sebagian pemilik usaha belum memiliki tenaga kerja. Menurut pelaku usaha yang dapat menjadi potensi ancaman dalam menjalankan usaha mereka sesuai dengan jenis usaha. Untuk usaha toko yang dapat menjadi potensi ancaman adalah masuknya indomaret atau alfamart ke daerah mereka. Untuk usaha bengkel munculnya pesaing dengan lokasi usaha yang lebih memadai dari segi tempat parkir atau luasnya lokasi. Usaha baju dan printing ancaman seperti *online market* yang menawarkan harga lebih murah.

## Pengembangan modal



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

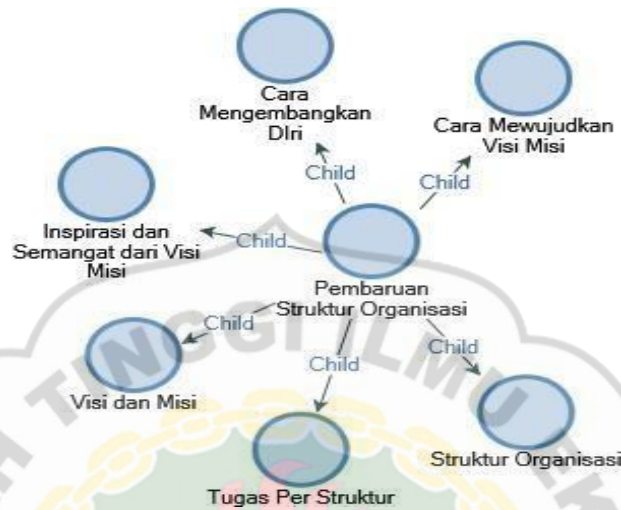
## Gambar 4.5 Pengembangan Modal

Modal awal untuk mendirikan usaha para pemilik usaha disini menggunakan modal sendiri dan 1 orang menggunakan modal dari bank. Secara garis besar para pemilik usaha mendirikan usaha ini awalnya dengan modal mereka sendiri. Kisaran modal awal yang digunakan pelaku usaha untuk mendirikan usaha mulai dari 100.000 – 300.000.000 akan tetapi pelaku usaha menambah modal secara bertahap. Modal di kembangkan sedikit demi sedikit atau bertahap untuk proses mendirikan usaha ini. Seiring berjalan waktu usaha pelaku usaha mengajukan tambahan modal ke bank (KUR). Pelaku usaha memanfaatkan KUR sebagai tambahan modal usaha mereka yang mereka gunakan untuk mengembangkan usaha mereka. penambahan modal ini mulai diajukan ketika usaha telah berjalan mulai tahun ke 1-4 berjalannya usaha. Hal ini juga dengan melihat situasi kondisi usaha mereka.

Setelah pelaku usaha mengajukan modal, maka modal mereka bertambah dari modal awal sehingga dari bertambahnya modal tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha. seperti menambah stok barang dan bahan baku yang mereka jual, merenovasi tempat usaha, dan menambah peralatan yang digunakan untuk menunjang usaha mereka. Dengan adanya tambahan modal ini menurut pelaku usaha dapat mengembangkan usaha yang mereka jalankan, dengan adanya tambahan modal pelaku usaha dapat menyetok barang dan bahan baku untuk usaha, memperlengkap alat usaha, memperbaiki tempat usaha mereka yang tentunya hal tersebut akan berdampak pada perkembangan usaha mereka.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Pembaruan struktur organisasi



**Gambar 4.6 Struktur Usaha**

Pengelolaan struktur organisasi dalam usaha dari 20 usaha masih dikelola secara sederhana. Dalam artinya bagi usaha yang sudah memiliki tenaga kerja maka strukturnya pemilik selaku pemilik langsung dan dibantu tenaga kerja. Untuk usaha yang belum memiliki tenaga kerja maka struktur yang selain pemilik menjadi pemilik langsung juga mengurus langsung usaha. Untuk tugas lebih rincinya, usaha yang memiliki tenaga kerja maka pemilik mengelola keuangan dan pembukuan. Tenaga kerja hanya membantu menjalankan seperti bagian pelayanan konsumen dan kasir. Untuk usaha yang belum memiliki tenaga kerja maka pemilik selain mengelola keuangan juga mengurus pelayanan langsung terhadap konsumen.

Untuk visi dari 20 usaha dapat ditarik garis besarnya yakni, pelaku usaha menginginkan usaha mereka tetap berjalan stabil selalu memiliki pelanggan, usaha semakin berkembang dan membuka cabang sehingga usaha bisa menjadi skala besar. Untuk misi secara garis besar yang dijelaskan oleh pelaku usaha meliputi, menambah relasi usaha, konsisten melakukan pemasaran baik secara online, mengikuti perkembangan tren, melakukan inovasi, mempertahankan kualitas dan melakukan recruitment. Cara pelaku usaha dalam mewujudkan visi misi usaha mereka adalah dengan cara konsisten dalam usaha, evaluasi untuk

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jalannya usaha, mengelola keuangan dengan baik, melakukan pemasaran untuk usaha dan memberikan pelayanan terbaik. Dengan adanya visi misi menurut pelaku usaha dapat memberikan dampak untuk perkembangan usaha mereka.

Cara pelaku usaha dalam mengembangka diri mereka dan tenaga kerja dalam menjalankan usaha dengan melakukan, untuk pemilik usaha dengan *upgrade skill*, menambah ilmu yang dapat dilakukan dengan cara mengikuti pelatihan, bertukar pengetahuan dengan pengusaha lain dan melihat youtube tentang cara menjalankan usaha. untuk tenaga kerja oleh pemilik biasanya diberikan pengetahuan tentang cara pelayanan pelanggan yang baik serta hasil pelatihan yang diikuti oleh pemilik juga diajarkan ke tenaga kerja yang mereka miliki. Dengan adanya visi misi dalam usaha menurut pelaku usaha sendiri dapat menjadi sebuah inspirasi yang dapat memberikan semangat untuk mereka selaku pemilik dan tenaga kerja mereka. Hal ini karena dengan adanya visi misi pelaku usaha menjadi memiliki harapan untuk berkembang, semangat untuk mencapai tujuan usaha mereka, merasa senang atas hasil yang mereka peroleh dari usaha, semangat untuk terus mempelajari hal baru dan semangat mengelola usaha dengan lebih baik lagi.

## **Pendapat tambahan**

Berkaitan dengan adanya faktor inovasi barang atau jasa dalam usaha menurut pendapat 20 pelaku usaha mengatakan bahwa faktor inovasi ini sangat penting hal ini karena, hal ini berkaitan dengan jumlah pelanggan jika semakin banyak inovasi barang atau jasa dalam usaha maka pelanggan akan senang dan pelanggan bertambah. Dengan adanya inovasi usaha yang dijalankan juga tidak tertinggal dengan tren yang ada sehingga menghadapi persaingan yang ada. Terkait efisiensi produksi atau dalam menjalankan usaha juga merupakan faktor yang penting diperhatikan menurut 20 pelaku usaha hal ini karena, dapat mempercepat waktu produksi, sehingga bisa mengerjakan pekerjaan yang lainnya semakin cepat dalam melakukan produksi maka penghasilan dapat bertambah. Semakin efisien usaha maka pengeluaran dapat ditekan sehingga keuntungan juga bertambah. Sehingga tidak membuang waktu dan tenaga untuk hal yang tidak penting.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perluasan pasar juga merupakan faktor yang penting bagi 20 pelaku usaha, dengan semakin luasnya pasar mereka maka usaha akan semakin laris karena diketahui banyak orang salah satunya dengan cara menggunakan media sosial.. Sehingga akan menambah keuntungan mereka. Faktor pengembangan modal juga menjadi faktor yang penting dalam menjalankan usaha 20 pelaku usaha berpendapat jika memiliki modal maka jika ingin menyetok barang atau bahan baku untuk usaha menjadi lebih mudah, bisa menambah peralatan yang digunakan untuk menunjang kegiatan usaha. Sehingga dengan adanya modal akan lebih mudah dalam mengembangkan usaha mereka. Pengelolaan struktur usaha juga penting untuk diperhatikan menurut 20 pelaku usaha dengan terkelolanya struktur dengan baik maka usaha akan lebih memperjelas jalannya usaha, lebih mudah dalam melakukan pengelolaan usaha, sehingga usaha berjalan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alves, J., Tan Cheng, L., YuBo, L., & Wei, H. (2020). *Crisis Management for Small Business during the COVID-19 Outbreak: Survival, Resilience and Renewal Strategies of Firms in Macau*. *Research Square*, 1–29.
- Atiku, S. O., Aili, K., Olufemi, I., & Oladejo, M. (2024). Kepemimpinan Inklusif dan Keterlibatan Karyawan sebagai Pendorong Penting Keberlanjutan di Perusahaan Telekomunikasi.
- Costa, J., & Castro, R. (2021). *SMEs Must Go Online — E-Commerce as an Escape Hatch for Resilience and Survivability*. 3043–3062.
- Danil, M. (2013). Pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi pada pegawai negeri sipil di kantor bupati kabupaten Bireuen. *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, 4(7), 9.
- Dar, M. S., Ahmed, S., & Raziq, A. (n.d.). *Small and Medium Size Enterprises in Pakistan: Definiton and Critical Issues*. April 2017, 46–70.
- Engidaw, A. E. (2022). *Small businesses and their challenges during COVID - 19 pandemic in developing countries : in the case of Ethiopia*. *Journal of*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

*Innovation and Entrepreneurship*, 3, 1–14. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00191-3>

Fatmawati, I., & Syafitri, W. (2015). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Model Solow Dan Model Schumpeter. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 1–12. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1860/1702>

Fzlinda, N., & Hanim, K. (2020). *Journal of Economics and Business*. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.02.241>

Hanum, N. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.

Hasiah, K., & Zakariah, A. (2024). Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. *Journal of Islamic ...*, 1, 23–34. <https://jurnal.stikesibnusina.ac.id/index.php/JUREKSI/article/view/676%0Ah>

Irawan, A. (2020). *TIJAB (The International Journal of Applied Business) Challenges and Opportunities for Small and Medium Enterprises in Eastern Indonesia in Facing the COVID-19 Pandemic and the New Normal Era*. 4(2), 79–89.

Jafari-Sadeghi, V., Dutta, D. K., Ferraris, A., & Del Giudice, M. (2020). *Internationalisation business processes in an under-supported policy contexts: evidence from Italian SMEs. Business Process Management Journal*, 26(5), 1055–1074. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2019-0141>

Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200.

KADIN Indonesia. (2023). UMKM Indonesia. Kadin.Id. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Kuhnert, K. W., & Lewis, P. (1987). *Transactional and transformational leadership: A constructive/developmental analysis*. *Academy of Management Review*, 12(4), 648–657.
- Kumar, M. A., & Ayedee, D. N. (2021). *Technology Adoption: A Solution for SMEs to overcome problems during COVID-19*. *Forthcoming, Academy of Marketing Studies Journal*, 25(1).
- Lim, D. S. K., & Morse, E. A. (2020). *The impact of the global crisis on the growth of SMEs: A resource system perspective*. <https://doi.org/10.1177/0266242620950159>
- Lohanda, D., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pemahaman Akuntansi, Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan terhadap Pelaporan Keuangan UMKM. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(5).
- Marlina, R., & Sunarsih, U. (2023). *MSME Strategy to Increase Income during the Covid-19 Pandemic*. *Research of Economics and Business*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.58777/reb.v1i1.27>
- Muria, G. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (studi kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2012-2016). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 19–33.
- Nana Meliana, N. (2021). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Abian Tubuh (Studi kasus di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram). Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Paul, J. (2020). *SCOPE framework for SMEs: A new theoretical lens for success and internationalization*. *European Management Journal*, 38(2), 219–230. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.02.001>
- Pujiyanti, F. (2015). Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Untuk

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perpajakan & UKM: Cara Tercepat dan Terbaik Untuk Menguasai Laporan Keuangan. Lembar Langit Indonesia.

Putra, A. A. S., Wisadirana, D., & Mochtar, H. (2016). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Lebah Madu Kelompok Tani Tahura (KTT) (Studi Kasus di Desa Dilem Kecamatan Gondang Mojokerto). *Wacana, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 19(01), 36–45. <https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2016.019.01.5>

Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.

Raselawati, A. (2011). Pengaruh Perkembangan UKM terhadap pertumbuhan ekonomi pada sector UKM di Indonesia. Skripsi Diterbitkan, Jurusan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Raswin, A. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Industri Mebel Di Kota Makassar (Studi Kasus Kecamatan Tamalate). Skripsi. Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Santoso, D., Indarto, I., & Sadewisasi, W. (2019). Pola Peningkatan Kinerja Bisnis Ukm Melalui Modal Sosial Dan Modal Manusia Dengan Kebijakan Pemerintah Sebagai Moderating. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 152–171.

Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar pasca relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 1–14.

Sugiarto, E. C. (2021). Beranda Produk Hukum Berita & Artikel Informasi & Layanan Publik Tentang Kami Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. [binus.ac.id/bandung/2023/11/cara-mengutip-sumber-berita-website-ke-mendeley/](https://binus.ac.id/bandung/2023/11/cara-mengutip-sumber-berita-website-ke-mendeley/)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sukirno, S. (2006). *Ekonomi pembangunan: proses, masalah dan dasar kebijakan*. PT Raja Grafindo Persada.

Sukirno, S. (2012). *Makroekonomi teori pengantar*. PT Raja Grafindo Persada.

Susanto, A. B. (2014). *Manajemen strategik komprehensif*. Jakarta: Erlangga.

Swarjana, I. K., & SKM, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. CV Pustaka Baru.

Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.

