

MODEL MANAJEMEN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENAIKKAN EFEKTIVITAS USAHA KECIL MENENGAH

Mohammad Habibi

STAI An Najah Indonesia Mandiri

e-mail: habaibai.moh@gmail.com

ABSTRACT

This research was aimed at determining the management model of micro, small and medium enterprises (MSME) to be applied by them in order to raise the MSME creativity. This management model covers the aspects of company management, namely production management, human resource management, and financial management. The performance measure of MSME is also available to monitor the business development periodically. During the application of this MSME management model, it is essential for MSME to conduct the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis on their daily activities in relation to the aspect of business management, in order to make MSME understand the general development of their business and conduct evaluation on their business.

Keywords: *management model, MSME, effectivity.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan model manajemen UMKM yang dapat diaplikasikan oleh UMKM dalam usaha menaikkan efektivitas UMKM. Model manajemen ini memuat aspek manajemen perusahaan, yaitu manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen keuangan, di mana pada sisi lain ada pengukuran kinerja UMKM sehingga mereka mampu mengukur kinerjanya untuk mengetahui perkembangan usahanya dari waktu ke waktu. Dalam aplikasi model manajemen UMKM nantinya, UMKM perlu melakukan analisis strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT) terhadap aktivitas hariannya terkait aspek manajemen usaha sehingga secara umum UMKM tersebut dapat mengetahui perkembangan usahanya dan melakukan evaluasi terhadapnya.

Kata Kunci: *model manajemen, UMKM, efektivitas.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam perekonomian nasional, terutama sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak pertumbuhan ekonomi lokal, dan sarana pemerataan pendapatan. Namun, banyak UMKM di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen usaha, seperti keterbatasan akses terhadap informasi, teknologi, dan pembiayaan. Masalah-masalah ini berdampak langsung pada efektivitas operasional dan kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan manajerial yang tepat guna membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usahanya.

Model manajemen yang terstruktur dan adaptif menjadi solusi potensial untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UMKM. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang sesuai dengan karakteristik usaha kecil dan menengah, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, meningkatkan efisiensi proses bisnis, serta memperkuat daya saing produk dan layanan mereka. Artikel ini akan membahas berbagai pendekatan model manajemen yang dapat diterapkan pada sektor UMKM, serta bagaimana model tersebut mampu meningkatkan efektivitas dan kinerja usaha secara keseluruhan.

Untuk mencapai efektivitas yang lebih tinggi, UMKM memerlukan pemahaman mendalam tentang manajemen sumber daya, baik itu sumber daya manusia, finansial, maupun teknologi. Model manajemen

yang efektif harus mampu mengintegrasikan berbagai aspek, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, hingga pengawasan, yang disesuaikan dengan kapasitas dan tujuan usaha yang dimiliki. Dengan memperkenalkan praktik manajemen yang lebih terstruktur, UMKM dapat mengurangi pemborosan, meningkatkan kualitas produk, serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan keuntungan dan kelangsungan usaha jangka panjang.

Selain itu, penting untuk mengadopsi model manajemen yang fleksibel, mengingat dinamika pasar yang cepat berubah dan kebutuhan inovasi yang terus berkembang. Pelaku UMKM perlu menyesuaikan strategi manajerial dengan perkembangan teknologi dan tren pasar terbaru, seperti digitalisasi dan penggunaan platform online untuk pemasaran. Dengan demikian, pengelolaan usaha tidak hanya terbatas pada aspek tradisional, tetapi juga memperluas jangkauan dan potensi pasar yang lebih luas. Melalui penerapan model manajemen yang tepat, diharapkan UMKM dapat menghadapi tantangan yang ada, serta meraih peluang baru untuk tumbuh dan berkembang dalam era globalisasi ini.

Penerapan model manajemen yang baik juga harus melibatkan pengelolaan risiko yang cermat. Setiap usaha, baik besar maupun kecil, pasti menghadapi tantangan yang berpotensi mengganggu kelangsungan operasional, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan kebijakan pemerintah, atau kondisi pasar yang tidak menentu. Oleh karena itu, model manajemen yang sukses harus mengintegrasikan sistem yang memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi dan memitigasi risiko dengan cara yang lebih proaktif. Dengan demikian, usaha kecil dan menengah dapat mempertahankan stabilitas dan daya saing meskipun menghadapi berbagai ketidakpastian.

Selain itu, kolaborasi dan pengembangan jaringan (networking) juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan manajemen UMKM. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung, memiliki akses ke jaringan pemasok, mitra bisnis, atau bahkan pelanggan yang tepat, dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Pelaku UMKM perlu mengoptimalkan hubungan ini untuk menciptakan sinergi yang saling menguntungkan, yang tidak hanya mendukung efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang untuk inovasi produk dan ekspansi pasar. Model manajemen yang berorientasi pada kolaborasi dan pemanfaatan sumber daya eksternal akan sangat membantu UMKM dalam menghadapi persaingan dan mendorong pertumbuhannya.

Dengan pendekatan yang menyeluruh dan berbasis pada prinsip-prinsip manajemen yang tepat, UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas operasional mereka. Pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan sumber daya, mitigasi risiko, dan pembangunan jaringan akan memberikan fondasi yang kokoh bagi keberhasilan usaha kecil dan menengah dalam jangka panjang. Oleh karena itu, investasi pada pendidikan manajemen dan pengembangan kapasitas manajerial merupakan langkah yang sangat krusial bagi para pelaku UMKM untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM adalah usaha mikro ekonomi

kreatif dan produktif milik perorangan maupun badan usaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM adalah salah satu pelaku kunci dalam proses pembangunan nasional. UMKM berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian negara dan penyerapan tenaga kerja ¹.

UMKM memiliki jumlah dan potensi besar dalam menyerap tenaga kerja, kontribusinya dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) juga cukup besar ². Usaha kecil menengah pada umumnya dalam kegiatannya tidak memperhatikan aspek fungsional perusahaan yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran. Sebagai ujung tombak perekonomian negara, sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas usahanya. Pengelolaan yang baik terhadap aspek fungsional perusahaan akan berdampak pada efektivitas usaha.

Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan UKM di antaranya adalah faktor sumber daya manusia (SDM), permodalan, mesin dan peralatan, pengelolaan usaha, pemasaran, ketersediaan bahan baku, dan informasi agar bisa melakukan akses global. Selama ini kualitas sumber daya manusia yang bekerja di UKM pada umumnya masih sangat rendah, hal ini ditunjukkan dengan masih rendahnya kualitas produk, terbatasnya kemampuan untuk mengembangkan produk-produk baru, lambannya penerapan teknologi, dan lemahnya pengelolaan usaha. Banyaknya hasil penelitian dari pemerintah dan akademisi belum mampu menyentuh pelaku UMKM, padahal UMKM merupakan salah satu elemen perekonomian yang perlu mendapat dukungan dari aplikasi hasil-hasil penelitian.

Dalam penelitiannya, ³ menemukan bahwa manajemen usaha kecil dari usaha para dampingan Pusat Studi Wanita Universitas Muhammadiyah (PSWUM) Jember secara garis besar meliputi empat aspek sebagai berikut:

- Keuangan, di mana pengelolaan keuangan usaha mereka masih sangat sederhana bahkan masih belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini berpotensi lebih parah dengan tidak adanya pencatatan transaksi keuangan sehingga perputaran modal usaha menjadi tidak jelas dan tidak terkontrol. Pola yang demikian menyebabkan usaha mereka susah berkembang bahkan tidak beroperasi lagi atau tutup karena kehabisan modal.
- Produksi/operasional, dalam perkembangannya mereka mengalami berbagai kendala teknis dan teknologi seperti gagalnya membuat starter *nata de coco*, harga bahan baku yang melambung sementara harga jual yang relatif rendah karena daya beli masyarakat juga rendah. Di sisi lain kreativitas menciptakan produk-produk baru juga masih sangat terbatas.
- Pemasaran, lingkup pemasaran usaha ibu-ibudampingan ini masih sangat terbatas di lingkungannya

¹ Muhammad Agus Muljanto, "Pencatatan Dan Pembukuan via Aplikasi Akuntansi UMKM Di Sidoarjo," *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 6, no. 1 (2020): 40–43.

² Andang Setyobudi, "Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan* 5, no. 2 (2007): 29–35.

³ Retno Endah Supeni and Maheni Ika Sari, "UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI PENGEMBANGAN MANAJEMEN USAHA KECIL (Studi Diskriptif Pada Kegiatan Usaha Kecil Ibu-Ibu Desa Wirolegi Kabupaten Jember, Dampingan Pusat Studi Wanita UM Jember)," in *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, vol. 1, 2011.

sendiri baik sebatas RT, RW, maupun desa saja sehingga sulit untuk berkembang dengan maksimal. Permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan daya beli masyarakat yang sangat rendah sehingga harga jual produk mereka juga rendah. Perilaku konsumen yang lebih menyukai pembelian secara kredit juga menjadi salah satu faktor penghambat karena perputaran dananya menjadi lambat bahkan cenderung macet.

- Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia (ibu-ibu dampingan) ini masih tergolong berpendidikan rendah sehingga kemampuan dan wawasan mereka juga masih sangat rendah.

UMKM seringkali dimasuki oleh pelakunya karena faktor ketidaksengajaan sehingga pelaku UMKM seringkali tidak memiliki pengetahuan yang memahami tentang bagaimana menjalankan usahanya. Pelaku UMKM perlu untuk memiliki *knowledge management* sehingga memiliki kecukupan dan keluasan wawasan dalam manajemen usahanya. Sebagaimana disampaikan ⁴ yang mengemukakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang diperlukan untuk kesuksesan penerapan strategi *knowledge management* di perusahaan sebagai berikut:

- *Scanning* mengenai lingkungan perusahaan.
- Kondisi dan praktik bisnis, apakah perusahaan melakukan pengumpulan informasi dan pengetahuan mengenai kondisi dan praktik bisnis di luar perusahaan.
- Operasional pesaingnya, apakah perusahaan memahami cara kerja atau operasional internal perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
- Memasukkan *knowledge* sebagai aset.
- Budaya perusahaan yang berdasarkan *knowledge*, seperti *corporate culture* perlu diciptakan agar inovasi menjadi membudaya di perusahaan.
- Perusahaan menghadapi kenyataan bahwa mereka membutuhkan pengelolaan dari aset *knowledge* untuk investasi yang penting berupa: tenaga kerja, jaringan dan sistem informasi, serta pengetahuan.

Lebih lanjut dinyatakan bahwa strategi UMKM dalam mengelola pengetahuan di samping IRSA (*identity, reflect, share, dan apply*) juga ada tiga area yang harus diperhatikan oleh UMKM sebagai berikut:

- Organisasi menginterpretasikan informasi tentang lingkungan untuk mendapatkan arti tentang apa yang terjadi dan apa yang dikerjakan perusahaan tersebut.
- Mereka menciptakan *knowledge* baru dengan mengonversikan dan mengombinasikan kepakaran dan pengetahuan (*know how*) dari anggotanya agar dapat belajar dan berinovasi.
- Mereka memproses dan menganalisis informasi untuk memilih dan *commit* melakukan kegiatan yang sesuai dengan tindakannya. Model yang diharapkan terbentuk adalah integrasi dari *sense making, knowledge creating, dan decision making* yang membentuk *knowing organization. Knowing*

⁴ Bambang Setiarso, "Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management) Dan Modal Intelektual (Intellectual Capital) Untuk Pemberdayaan UKM," *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta*, 2006.

organization ini sangat efektif karena secara terus menerus mengikuti perubahan lingkungan, menyegarkan aset, dan kegiatan pemrosesan informasi untuk pengambilan keputusan.

UMKM sangat memerlukan pendampingan dari berbagai institusi dalam mengaplikasikan *knowledge management*, baik dari pemerintah, instansi, maupun lembaga pendidikan. Banyak upaya yang sudah dilakukan oleh ketiga unsur tersebut, walaupun pada kenyataannya masih belum terlalu signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM.⁵ menyatakan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM sebagai berikut.

- Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UMKM (*basic problems*), antara lain berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum yang umumnya non-formal, SDM, pengembangan produk, dan akses pemasaran.
- Permasalahan lanjutan (*advanced problems*), antara lain pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan, serta peraturan yang berlaku di negara tujuan ekspor.
- Permasalahan antara (*intermediate problems*), yaitu permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi persoalan lanjutan secara lebih baik. Permasalahan tersebut antara lain dalam hal manajemen keuangan, agunan, dan keterbatasan dalam kewirausahaan.

Menurut⁶ “karakteristik UKM yang memiliki keunggulan kompetitif meliputi memiliki kualitas SDM yang baik, pemanfaatan teknologi yang optimal, mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, mampu meningkatkan kualitas produk, memiliki akses promosi yang luas, memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, sumber daya modal yang memadai, memiliki jaringan bisnis yang luas, dan memiliki jiwa kewirausahaan”. Mengelola UMKM memerlukan kreativitas yang tinggi, rasa tidak cepat menyerah, berani mengambil risiko, dan selalu berusaha menemukan hal-hal baru untuk meningkatkan kinerja.

UMKM memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi besar dan memiliki daya saing, jika saja memiliki manajemen yang solid. Dengan demikian diperlukan sebuah model manajemen UMKM yang dapat dijadikan pedoman oleh UMKM dalam mengelola usahanya.

Bahwa⁷ menyampaikan untuk menjamin keberhasilan usaha maka para pelaku UMKM harus mengetahui dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan tersebut, yaitu:

- Faktor sumber daya
- Faktor permodalan

⁵ Setyobudi, “Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).”

⁶ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Beberapa Isu Penting* (Salemba empat, 2002).

⁷ Zandra Dwanita Widodo et al., “Manajemen Koperasi Dan UMKM,” 2022.

- Faktor alat-alat produksi
- Faktor manajemen usaha
- Faktor ketersediaan bahan baku
- Faktor akses dan informasi

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat eksploratif dan deskriptif, dengan sampel sejumlah pelaku UMKM di wilayah Sidoarjo Jawa Timur yang menghasilkan produk yang sebagian besar mencirikan produk khas Kabupaten Sidoarjo, seperti produk kerajinan kulit, produk kerajinan tekstil dan bordir, produk kerajinan dekorasi rumah dari bahan kayu rotan, produk kerajinan dari bahan logam dan beberapa produk lainnya. Adapun data dikumpulkan melalui angket dan wawancara.

Hasil dan Pembahasan

Secara umum, pelaku UMKM belum menerapkan manajemen secara konsisten dan komprehensif. Dalam manajemen produksi, pelaku UKM hanya memiliki persediaan sesuai dengan kemampuan modalnya, ketika memiliki dana yang cukup banyak maka mereka dapat menyediakan persediaan yang banyak pula, demikian sebaliknya. Hal ini tentunya berdampak pada biaya persediaan yang ditimbulkan, namun tak disadari oleh pelaku UMKM.

Pada beberapa UMKM, pelaku tidak mau mengandalkan pinjaman dari bank, karena cukup sulitnya proses peminjaman (misalnya harus ada pembukuan atas usahanya), dan pelaku tidak ingin tergantung pada pinjaman modal. Pelaku UMKM tidak mau terikat pada satu *supplier* saja, karena ingin mendapatkan sumber bahan baku yang beragam, yang bisa disesuaikan dengan kondisi keuangan yang ada.

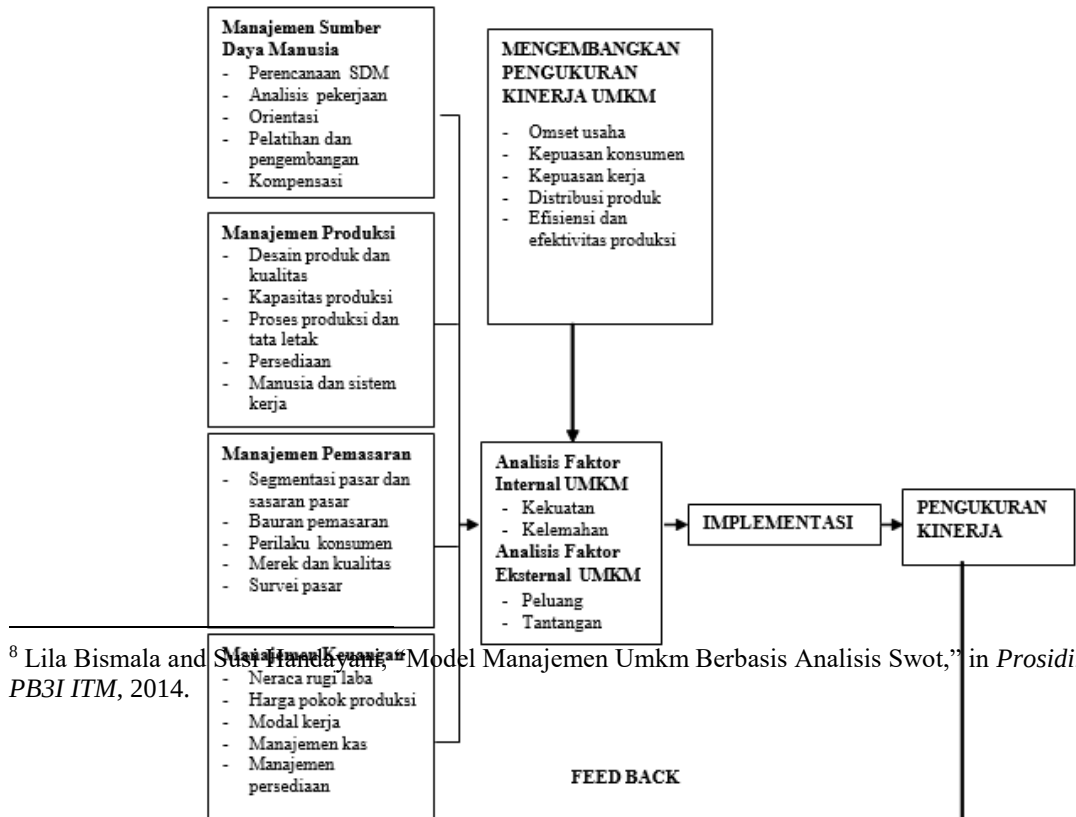
UMKM cenderung menggunakan SDM yang ada di sekitar wilayah usahanya, walaupun tanpa memiliki keahlian yang diperlukan. Namun hal ini dapat diatasi dengan pelatihan terhadap karyawan baru. Pada usaha konveksi, pemilihan SDM berdasarkan kemampuan yang dimiliki, serta peralatan yang dimiliki karena rata-rata pekerjaan dapat dilakukan di rumah masing-masing. Rata-rata UKM yang diteliti tidak menggunakan prinsip spesialisasi karena pekerjaan cenderung sudah terfokus pada satu pekerjaan. Tidak ada strategi pemasaran yang digunakan secara khusus, karena pemasaran dilakukan atas dasar kebetulan atau kemudahan memasuki suatu pasar. Misalnya, dengan menitipkan pada pedagang yang membuka kios di pasar. Sistem yang diterapkan adalah konsinyasi. Sistem ini cenderung merugikan pelaku UMKM, karena seringkali terjadi penipuan oleh pedagang. Pelaku UMKM yang cenderung memiliki pendidikan yang rendah, menyebabkan mereka kurang familiar pada teknologi, terutama teknologi informasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Pelaku UMKM menggunakan internet sebatas untuk mencari masukan untuk

inovasi yang bisa mereka lakukan. Pelaku UMKM secara otomatis membuat segmentasi atas produknya, salah satunya berdasarkan bahan baku yang diperlukan. Misalnya, segmen untuk kalangan menengah ke atas dengan harga yang cukup mahal dan bahan baku yang pasti lebih berkualitas dan kalangan menengah ke bawah dengan harga yang lebih murah dan bahan baku yang lebih rendah kualitasnya. Untuk pemodal besar, mereka mampu menyediakan produk dengan bahan baku yang bagus dan memiliki segmen menengah ke atas. Sedangkan pemodal kecil memfokuskan pada kalangan menengah ke bawah dengan bahan baku imitasi.

Pelaku UMKM belum melakukan pembukuan karena mengalami kesulitan, di mana hal tersebut tentu memerlukan ketelitian sedangkan mereka belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk melakukan pembukuan, serta ada rasa ketidaktelatenan dalam melakukan pembukuan. Hal inilah yang menyebabkan sebagian pelaku mengalami kesulitan ketika akan melakukan penambahan modal dengan melakukan pinjaman ke bank. Karena bank menuntut adanya laporan keuangan yang lengkap dengan tujuan untuk mengetahui prospek usaha tersebut. Keadaan ini menyebabkan pelaku UMKM merasa enggan berhubungan dengan pihak perbankan.

Pembukuan merupakan hal yang penting, untung melakukan evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha dari segi profit dan pengembalian investasi. Kurangnya pembinaan dan pelatihan serta pendampingan menyebabkan pelaku UKM tidak memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan. Keuangan usaha dan pribadi seringkali bercampur sehingga sulit untuk mengontrol kondisi keuangan usahanya. Kondisi ini berkaitan erat dengan faktor lain, seperti produksi di mana keuangan yang kurang baik akan berpengaruh terhadap kemampuan penyediaan bahan baku. Berdasarkan temuan di atas, maka di rancang sebuah model manajemen UMKM praktis yang dapat diaplikasikan secara mudah untuk melakukan manajemen usaha UMKM tersebut.

Model manajemen UMKM tersebut dapat digambarkan sebagai berikut : ⁸



⁸ Lila Bismala and Susi Handayani, "Model Manajemen Ukm Berbasis Analisis Swot," in *Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM*, 2014.

Gambar 1 Model Manajemen UMKM

Aspek-aspek manajemen perusahaan merupakan pedoman untuk melakukan manajemen usaha. Walaupun merupakan usaha kecil dan menengah, pelaku UMKM perlu melakukan manajemen usaha agar dapat melakukan prinsip-prinsip manajemen dengan baik sehingga dapat mengevaluasi usahanya dan mengetahui perkembangan usahanya.

Dalam perjalanannya, analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam persaingan usaha. UMKM harus memikirkan untuk dapat menaklukkan pasar persaingan di luar wilayahnya. Beberapa kriteria yang dapat dijadikan sebagai dasar pengukuran kinerja UMKM adalah omset usaha, kepuasan konsumen, kepuasan kerja, efisiensi dan efektivitas produksi, dan distribusi produk. Distribusi produk akan memberikan peluang untuk mendapatkan pasar yang lebih luas, yang berdampak pada omset usaha yang akan diperoleh.

Kepuasan konsumen perlu diukur karena dasar dari pengembangan usaha adalah kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen. Jika konsumen puas maka peluang untuk pengembangan usaha akan semakin besar. Dari aspek internal usaha, karyawan perlu dipelihara ke- puasannya. Karyawan yang puas dengan apa yang di peroleh dari perusahaan tempatnya bekerja akan memberikan kinerja terbaiknya bagi perusahaan. Kepuasan tidak hanya dari segi kompensasi, namun dari kualitas hubungan internal.

Efisiensi dan efektivitas produksi dinilai dari aplikasi aspek-aspek manajemen perusahaan (manajemen sumber daya manusia, manajemen produksi, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran). Efisiensi dan efektivitas dapat dilihat dari beberapa hal seperti tingkat pemborosan yang terjadi akibat kesalahan produksi, ketepatan perencanaan kapasitas produksi, persediaan, dan lainnya. Pengukuran ini akan memerlukan kriteria yang berbeda di antara jenis usaha yang berbeda. Sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat, pelaku UMKM perlu mendapatkan lebih banyak perhatian pemerintah dan instansi terkait, sehubungan dengan pembinaan dan sumber pendanaan. Pemerintah perlu lebih berpihak kepada pelaku UMKM dan memberikan akses yang lebih luas dalam segala aspek manajemen.

Kesimpulan

UMKM sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian negara, memerlukan model manajemen usaha. Model manajemen usaha ini mengadopsi dari manajemen perusahaan, yang bekerja pada aspek manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Dalam

aplikasi manajemen usaha tersebut, dikembangkan kriteria pengukuran kinerja yang dapat diadopsi dan diaplikasikan secara praktis. Pelaku UMKM juga harus mampu melakukan analisis SWOT atas usahanya sehingga mampu menilai keadaan sekarang, baik terhadap pesaing, maupun perkembangan usaha termasuk evaluasi pada usahanya.

Daftar Pustaka

- Bismala, Lila, and Susi Handayani. "Model Manajemen Umkm Berbasis Analisis Swot." In *Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM*, 2014.
- Muljanto, Muhammad Agus. "Pencatatan Dan Pembukuan via Aplikasi Akuntansi UMKM Di Sidoarjo." *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 6, no. 1 (2020): 40–43.
- Setiarso, Bambang. "Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management) Dan Modal Intelektual (Intellectual Capital) Untuk Pemberdayaan UKM." *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta*, 2006.
- Setyobudi, Andang. "Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan* 5, no. 2 (2007): 29–35.
- Supeni, Retno Endah, and Maheni Ika Sari. "UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI PENGEMBANGAN MANAJEMEN USAHA KECIL (Studi Diskriptif Pada Kegiatan Usaha Kecil Ibu-Ibu Desa Wirolegi Kabupaten Jember, Dampingan Pusat Studi Wanita UM Jember)." In *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, Vol. 1, 2011.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Salemba empat, 2002.
- Widodo, Zandra Dwanita, Jayanti Putri Purwaningrum, Imaniar Purbasari, and Gilang Puspita Rini. "Manajemen Koperasi Dan UMKM," 2022.