



Vol. 6, No.1 (2022)

<http://www.journal.staihubbulwathan.id/index.php/finest/index>

*Strategy of the Department of Trade in Empowering Micro, Small, and  
Medium Enterprises in Medan City*

Accepted: June 22th, 2022. Approved: June 22th, 2022. Published: June 30th, 2022

**Ismi Khoiriah Hasibuan<sup>1</sup>, Waizul Qarni<sup>2</sup>**

Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU, Sumatera Utara, Indonesia

Email: [ismikhoiriah@gmail.com](mailto:ismikhoiriah@gmail.com)<sup>1</sup>**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the strategy of the trade department in empowering Micro, Small and Medium Enterprises in Medan City. The method used is a descriptive method with a qualitative approach. The data collection technique used by the researcher is library research and field research which consists of observation, interviews, documentation and data collection. Data analysis activities are carried out by data reduction (data reduction), data representation (data presentation), and drawing conclusions/verification (verification). The results of this study indicate that the implementation of empowerment carried out by the Medan City trade office by using the strategic theory indicators of Stephen P. Robins is still fine. The first is innovations such as making MSME databases in the form of applications. Second, differentiating the culinary market requires quality standards to be licensed or licensed and become a good product in Medan City. Third, lack of skills to utilize digital technology. Fourth, capital issues, which are closely related to cooperatives and banks. A common problem faced is the severity of interest payments, leading to the conclusion that MSME actors want to provide capital without using an interest system. Fifth, increase business interest in participating in the bazaar.*

**Keywords: Strategy, Empowerment, UMKM**

## **Strategi Dinas Perdagangan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Medan**

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi dinas perdagangan dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Medan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah studi pustaka dan penelitian lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi dan pengumpulan data. Kegiatan analisis data dilakukan dengan reduksi data (reduksi data), representasi data (penyajian data), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (verifikasi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi pemberdayaan yang dilakukan oleh dinas perdagangan Kota Medan dengan menggunakan indikator teori strategis Stephen P. Robins masih baik-baik saja yang pertama yaitu inovasi seperti pembuatan database UMKM dalam bentuk aplikasi. Kedua, membedakan pasar kuliner membutuhkan standar kualitas untuk dapat dilesniskan atau diperizinkan dan menjadi produk yang baik di Kota Medan. Ketiga, kurangnya keterampilan untuk memanfaatkan teknologi digital Keempat, masalah permodalan, yang erat kaitannya dengan koperasi dan bank. Masalah umum yang dihadapi adalah beratnya pembayaran bunga, mengarah pada kesimpulan bahwa pelaku UMKM menginginkan memberikan modal tanpa menggunakan sistem bunga. Kelima, meningkatkan minat usaha untuk mengikuti bazar.

**Kata Kunci : Strategi, Pemberdayaan, UMKM**

### **PENDAHULUAN**

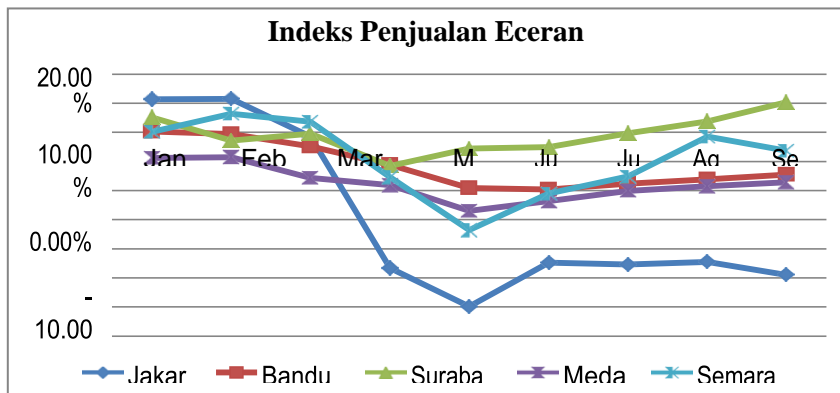
Usaha Miko Kecil Menengah (UMKM) merupakan sumber utama pembangunan ekonomi di beberapa Negara, antara lain Jepang, Australia, India, Korea Selatan dan Negara-negara anggota Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Di Negara-negara RCEP, UMKM lebih di perhatikan daripada perusahaan besar. Hal ini karena UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan daerah dari pajak.

Indonesia pernah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan runtuhnya perekonomian nasional. Banyak perusahaan besar di berbagai sector perdagangan, komoditas dan jasa bangkrut. Sebagai contoh, bank,

koperasi dan industry tekstil semuanya merupakan sektor ekonomi yang stagnan, bahkan banyak perusahaan yang tutup pada tahun 1998. Namun yang menarik, UMKM telah selamat dari krisis ekonomi. UMKM tidak hanya dapat bertahan dari berbagai keterpurukan akibat krisis mata uang, tetapi juga meningkatkan perekonomian masyarakat.

Dari ketahanan model bisnis ini selama krisis mata uang, dapat menyimpulkan bahwa kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang ada dan memiliki potensi untuk berkembang dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi global dan domestic. Selain itu, ketahanan UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja yang produktif, tetapi juga menjadi model bisnis yang dapat diandalkan untuk menambah lapangan kerja baru melalui munculnya berbagai industry kreatif. Oleh karena itu, UMKM akan berperan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia pada masa krisis mata uang 1998, baik dari segi jumlah perusahaan, penciptaan lapangan kerja maupun pertumbuhan ekonomi nasional.

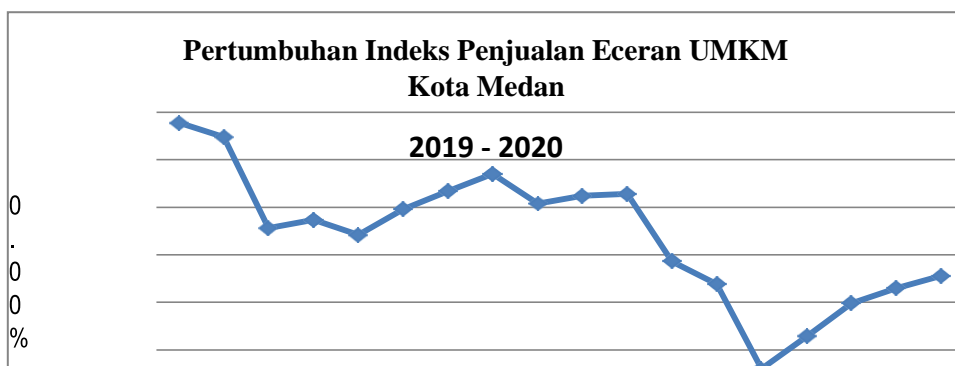
Membahas terkait Indonesia dan pemberdayaan UMKM-nya, Sumatera utara yang merupakan salah satu dari 34 negara bagian Indonesia memiliki beberapa permasalahan terkait keberadaan UMKM salah satunya karena luas wilayahnya kurang lebih 72.981,23 KM<sup>2</sup>. Menjadikan integrasi pada UMKM menjadi sulit dilakukan. Sebuah realita yang terjadi adalah UMKM yang ada di Sumatera Utara mencapai 2.857.134 unit, sedangkan baru 2.7763 unit usaha yang terdaftar dan disahkan pemerintah di dinas perdagangan sumut. Salah kegiatan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap PDRB adalah sektor ritel. Pengecer adalah individu atau perusahaan yang kegiatan utamanya adalah menjual langsung kepada pengguna akhir dalam partai besar dan kecil. Penjualan eceran erat kaitannya dengan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di berbagai daerah. Di bawah ini adalah grafik indeks penjualan ritel untuk kelima kota besar di Indonesia yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Sumber : Bank Indonesia (2021)

**Gambar 1.1 Indeks Penjualan Perkota 2020**

Di Kota Medan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dan menjadi tumpuan pembangunan ekonomi kerakyatan. Perkembangan stabilitas ekonomi di Kota Medan berdampak signifikan terhadap indeks penjualan pelaku UMKM. Dari tahun 2019 hingga 2020, Kota Medan mengalami penurunan yang cukup signifikan, dengan indeks penjualan ritel Kota Medan menurun dari Mei 2019 hingga September 2020. Bagan berikut menunjukkan grafik penurunan indeks penjualan eceran Kota Medan dari tahun 2019 hingga 2020.



Sumber : (Bank Indonesia, 2021)

**Gambar 1.2 Indeks Penjualan Kota Medan 2019-2020**

Sektor-sektor UMKM yang mengalami penurunan indeks penjualan menjadi masalah utama bagi pertumbuhan ekonomi Kota Medan dan Kelangsungan UMKM. Menurut Pratama (2015). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menjadi tulang punggung system ekonomi rakyat untuk mengurangi kemiskinan, dan pengembangan UMKM dapat berkontribusi besar dalam memperluas basis ekonomi dan meningkatkan ketahanan ekonomi regional dan nasional. Dalam situasi saat ini dimana pandemic atau virus Covid-19 masih meluas, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor distribusi yang menghadapi penurunan penjualan terbesar dan mengalami kekurangan pembelian konsumen. Berdasarkan pernyataan di atas yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Strategi Dinas Perdagangan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Medan”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperjelas bagaimana Dinas Perdagangan Kota Medan dalam hal pemberdayaan pelaku UMKM yang sudah tersebar di Kota Medan. Di akhir penelitian, peneliti akan menunjukkan apakah program UMKM yang ada dilaksanakan secara merata. Hasil analisis lingkungan diperlukan untuk merumuskan strategi. Proses analisis adalah suatu cara untuk memahami semua informasi yang terkandung dalam suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui masalah apa yang terjadi, dan menentukan tindakan yang perlu dilakukan untuk menyelesaikannya. Masalah yang harus segera diselesaikan. Menurut Certo dan Peter, proses pengembangan strategi dimulai dengan beberapa pertanyaan dasar yang harus dijawab oleh manajemen senior terlebih dahulu.

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

UMKM yaitu unit usaha yang mandiri dan produktif yang dijalankan oleh perorangan atau pelaku usaha di semua sektor perekonomian (Tambunan, 2012:2). Pada dasarnya perbedaan antara usaha mikro (UMi), Usaha Kecil dan Menengah (UK), Usaha Kecil dan Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB), biasanya adalah nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), rata-rata penjualan tahunan, atau

berdasarkan angka dari karyawan tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan ketiga alat ukur tersebut berbeda-beda di setiap Negara. Oleh karena itu, sulit untuk membandingkan pentingnya dan peran UMKM antar Negara karena tidak ada kesepakatan umum untuk membedakan mikroekonomi (MiE) dari Inggris atau Inggris dan ME dan terakhir UB.

Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pengertian menurut UU No. 20 Tahun 2008 yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Mikro yaitu usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan.
2. Pemilik tunggal yang memenuhi standar usaha mikro yang diatur dalam undang-undang ini.
3. Usaha Kecil yaitu perusahaan ekonomi produktif terpisah yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan, bujan anak perusahaan atau cabang perusahaan, tetapi langsung atau tidak langsung, standar UKM yang ditetapkan oleh undang-undang.

Tabel di bawah ini menjelaskan klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menurut undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM:

**Tabel 1.1**  
**Data Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No.20/2008**

<b>Ukuran Usaha</b>	<b>Asset</b>	<b>Omset</b>
Usaha Mikro	Minimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50Juta-500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha Menengah	>500Juta-10 Miliar	>2,5-50 Miliar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008)

### **Pengertian Strategi**

Strategi menetapkan kerangka kerja untuk kegiatan bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan

kegiatan sehingga perusahaan dapat beradaptasi dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi ini menggaris bawahi lingkungan yang diinginkan untuk perusahaan dan jenis organisasi yang coba dipimpin oleh perusahaan.

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

Pemberdayaan merupakan upaya sinergis antara pemerintah daerah, dunia usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk memungkinkan UMKM tumbuh dan berkembang dengan giat dalam bentuk perubahan iklim dan pengembangan bisnis terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Usaha Kecil dan Menengah dapat diberdayakan dengan cara sebagai berikut:

- a. Pembinaan dan pendataan organisasi kelompok;
- b. Pembinaan manajemen keuangan;
- c. Pendidikan dan pelatihan dan bimbingan teknis;
- d. Peningkatan Modal;
- e. magang;
- f. pemasaran Produk;
- g. fasilitas kemitraan;
- h. fasilitasi Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI);
- i. pemantauan serta evaluasi kemajuan.

### **Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Peran pemerintah sangat penting dalam pemberdayaan UMKM. Sjaifudin (1995, hlm. 66) mencantumkan beberapa strategi pemberdayaan atau penguatan Industri Kecil antara lain:

- a. Strategi Peningkatan Kemampuan Finansial  
Perkembangan terakhir dari beberapa model pemberdayaan keuangan bagi pemilik UKM menunjukkan bahwa komitmen pemerintah telah diperkuat, dan upaya pemerintah telah mendorong pengembangan UKM melalui “subsidi modal sementara”.
- b. Pengembangan Pemasaran di era pasar bebas lintas batas, terjadi intergrasi pasar domestik dan internasional. Bagi pemilik usaha

kecil, ini adalah peluang, tantangan, dan ancaman sekaligus. Oleh karena itu, ada dua cara untuk mengembangkan strategi pengembangan pemasaran.

- c. Pengembangan SDM ini harus dicapai melalui perbaikan sistem pendidikan formal, hubungan yang lebih erat antara dunia pendidikan dan pasar kerja melalui sistem pelatihan di pusat penelitian, dan pengembangan SDM dan teknologi seperti konsultasi dan peningkatan industri kecil melalui peningkatan dalam talenta secara berkala dan keberlanjutan di semua program kerja pemerintah.
- d. Strategi pengaturan dan pengendalian
  1. Ada 3 jenis perijinan yang harus dipenuhi di pengaturan perijinan Secara formal dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur dan memantau perkembangan usaha kecil antara lain: izin usaha (kelayakan, lokasi serta dampak terhadap lingkungan), usaha kecil tidak harus memperoleh Surat Ijin Tempat Usaha (SITU), tetapi harus memenuhi sertifikasi, seperti melalui Surat Ijin Bebas Tempat Usaha (SIBTU) bagi usaha kecil yang disertifikasi oleh Lokasi Industri Usaha (LIU) mirip dengan sertifikasi pendaftaran industri kecil untuk fasilitas produksi.
  2. Fungsi kelembagaan, fungsi kelembagaan yang terkait dengan UKM secara terpadu dan jangka panjang, harus lebih efektif dalam bidang pembinaan dan pengawasan, dengan sektor swasta dan lembaga swadaya masyarakat lainnya yang mengembangkan Usaha Kecil Menengah harus memberikan kesempatan untuk berpartisipasi bersama-sama.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu sebagai suatu pendekatan atau pencarian untuk mmenyelidiki dan memahami fenomena sentral (Creswell, 2013). Sumber data untuk penelitian ini

adalah data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti diperoleh dari wawancara dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Artikel berjudul Strategi Dinas Perdagangan dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Medan, dimana penelitian ini berfokus pada strategi dalam pemberdayaan UMKM dengan menggunakan teori Stephen P. Robins (Kusdi, 2009). Teori menjelaskan tahapan-tahapan dalam menentukan kebijakan/strategi yang perlu ditempuh untuk memecahkan suatu masalah. Fase variabel yang harus dilakukan adalah inovasi, diferensiasi pasar, jangkauan, dan pengendalian biaya.

### **Inovasi**

Berdasarkan fakta dilapangan, peneliti menemukan bahwa program inovasi yang dilaksanakan pemerintah masih di bawah standar efektif dan efisien. Pengawasan yang tidak memadai menyebabkan terjadinya kecurangan dilapangan seperti contoh kasus yaitu usaha yang ketika transaksi tidak jelas dan keberadaan fisiknya tidak diketahui. Dampak dari program ini juga terlihat dari banyaknya pemangku kepentingan UMKM yang tidak memperhatikan kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan pemerintah dan pembatasan yang diberlakukan oleh pemangku kepentingan UMKM itu sendiri. Banyak dari pelaku UMKM yang cenderung hanya fokus pada pengembangan usaha atau bisnis tanpa meningkatkan pelatihan untuk membuat produksi yang lebih inovatif. Semakin banyak karya inovatif yang dimiliki, semakin dapat bersaing dengan orang-orang baik dari dalam maupun luar. Berkat pasar bebas, pelaku produksi menawarkan inovasi karena memiliki lebih banyak pesaing tidak hanya dari luar tetapi juga dari dalam.

### **Diferensiasi Pasar**

Seperti yang diketahui, masalah klasik yaitu tidak adanya cukup modal untuk mendanai produksi suatu produk. Masih banyak pelaku UMKM di Medan yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi.

Analisis strategi diferensiasi pasar yang dilakukan oleh pemerintah. Realitas pandangan tentu tidak persis seperti yang dikatakan pemerintah. Tentu saja, penyelidikan lebih lanjut dan penyelidikan ditempat diperlukan. Peneliti tertarik mengkaji izin yang memiliki izin seperti nomor induk usaha, izin usaha mikro, sertifikat halal, hak kekayaan intelektual dan produk industry rumahan.

Dari analisis peneliti, terlihat bahwa sebanyak 27.763 (Dua Puluh Tujuh Ribu Tujuh Ratus Enam Puluh Tiga) pelaku UMKM terdaftar di Dinas Perdagangan, sebagaimana dijelaskan di latar belakang. NIB atau Nomor Induk Berusaha adalah perizinan paling dasar yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM untuk dapat melanjutkan perizinan lainnya. Tentu saja, izin IUMK, HAKI, PIRT, Halal dan lain-lain bisa mudah diselesaikan. Penjelasan di atas merupakan analisis data dan tidak secara langsung mencakup pelaku ekonomi. Selanjutnya peneliti merangkum hasil wawancara dengan pelaku usaha dilapangan.

Dari wawancara peneliti dengan pelaku Usaha Kecil Menengah penjualan bulanan adalah Rp. 500.000 (Lima Ratus Ribu) dan sampai Rp. 20.000.000 (Dua Puluh Juta) perbulan, yang menjadi fokus penelitian peneliti dalam perihal HAKI atau untuk menonjolkan loyalitas merek, pelaku UKM kurang memperhatikan standardisasi. Bahkan di bidang kuliner saja sangat sulit untuk masuk ke retail dan memasarkan produknya karena banyak pelaku UKM yang tidak memperhatikan perizinan. Hal ini dapat dijadikan indikator bahwa banyak jumlah UMKM yang mengalami stagnasi disebabkan karena kurangnya perhatian.

### **Jangkauan**

Dalam Strategi jangkauan pendapat Robbins (dalam kusdi, 2009:90), strategi jangkauan yaitu menentukan jangkauan pasar yang dilayani organisasi, keragaman atau jenis konsumen, jangkauan geografis, dan jenis produk. produk atau jasa yang ditawarkan. Analisis peneliti relevan dengan strategi jangkauan oleh Dinas Perdagangan untuk penciptanya UMKM yang berdaya saing. Alangkah baiknya apabila di setiap Kecamatan Dinas Perdangan Kota Medan menyediakan pusat

perbelanjaan atau Mall Galeri yang didedikasikan untuk UMKM. sehingga pelaku usaha mikro dan kecil memasarkan produknya di Mall Galeri UMKM tentunya dapat bersaing dengan perusahaan kapitalis besar dalam kebutuhan sehari-hari yaitu sembako, dan kedepan mungkin ada galeri UMKM disetiap desa, atau bahkan di tingkat RW. Jika itu bisa tercapai, belanja dan pergerakan ekonomi di toko-toko terdekat tidak lagi hanya menjadi slogan.

Strategi jangkauan sangat penting fokus pada kepada pemerintah dalam perluasan galeri dan Mall khusus UMKM dalam pengembangan UMKM. Hal ini memperkuat dan memperluas suatu usaha kecil di masyarakat Kota Medan, dan kembangkan minat usaha mengikuti bazar seperti yang sudah diketahui bahwa pelaksanaan program pemberdayaan yang sudah dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Medan yaitu dengan mengadakan bazar bagi para pelaku usaha untuk menginformasikan konsumen bahwa produk yang dimiliki oleh para pelaku usaha sangat bagus dan mampu bersaing dengan produk luar negeri. Kami berharap para pelaku usaha tertarik untuk mengikuti bazar tersebut. Pemerintah harus meningkatkan kualitas UMKM terutama dengan melakukan sosialisasi, pendidikan dan pelatihan, menggalakkan fasilitasi perizinan, menggalakkan dukungan manajemen usaha, fasilitasi penguatan permodalan, dan fasilitasi pemasaran. Namun peran pelaku usaha sangat penting, karena sangat baik pelaku UMKM untuk berpartisipasi dalam program sebaik mungkin.

### **Pengendalian Biaya**

Strategi pengendalian biaya mendefenisikan Robbins (Kusdi, 2009) yaitu lingkup pengendalian biaya atau anggaran yang ketat oleh suatu organisasi. Dinas Koperasi dan UKM sudah mengatakan bahwa dalam hal ini (*cost-control*) tidak ada lagi untuk anggaran seperti dana hibah dan subsidi modal dari pemerintah, karena sudah ada aturan bahwa harus ke perbankan sebagai penyedia pinjaman dan tentu saja, di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Strategi pengendalian biaya untuk menjalankan program kerja tentu saja pendanaanya dibagi dengan koperasi dan usaha kecil, tetapi

apakah pelaku UMKM perlu mengatur dukungannya tergantung pada pendapatan local pelaku UMKM, tidak pasti setiap tahun tergantung pada belanja modalnya dengan pihak perbankan. Mengenai anggaran yang digunakan oleh koperasi dan UKM untuk melaksanakan program kerja, analisis penulis menilai bahwa, peneliti saat magang ada satu waktu kelapangan dan para pelaku UMKM mengeluh tentang ketidakefisienan atau ketidakpuasan, sehingga menurut saya anggaran yang tersedia tidak terlalu efektif tentang anggaran tersebut.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis dari hasil pembahasan pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan di Kota Medan masih dalam proses cukup baik, seiring dengan indikator teori strategis Stephen P. Robbins. Beberapa kesimpulan dari indikator teori strategi Stephen P. Robbins, yaitu pertama, Inovasi seperti pembuatan database UMKM dalam bentuk aplikasi, yaitu program yang sedang dilaksanakan dan belum dapat dirasakan oleh Pelaku UMKM dan Masyarakat sedangkan Mall dan Galeri UMKM belum dirasakan. Kedua, membedakan pasar kuliner membutuhkan standar kualitas untuk dapat dilevelkan atau diperizinkan dan menjadi produk yang baik di Kota Medan. Ketiga, meskipun pelaku UMKM di pasar cukup sedikit yang telah memanfaatkan teknologi digital, namun masih banyak pelaku UMKM dengan jangkauan yang rendah karena kurangnya keterampilan di Kota Medan. Keempat, Pengendalian Biaya, masalah yang rata-rata sering dihadapi adalah masalah permodalan, yang erat kaitannya dengan koperasi dan bank. Masalah umum yang dihadapi adalah beratnya pembayaran bunga, mengarah pada kesimpulan bahwa pelaku UMKM menginginkan memberikan modal tanpa menggunakan sistem bunga. Kelima, meningkatkan minat usaha untuk mengikuti bazar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bayu Dardias Kurniadi. (2011). *Praktek Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta:PolGov.

- Creswell, John W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hafiluddin, Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “Community Based Economic Development”, Universitas Brawijaya
- Kusdi. (2009). *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Muhammad Rohedi. (2014). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat*, E-journal Wiraraja, Vol. 10, No. 1.
- Firmansyah, Bobby, dkk. (2014). *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi Pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan Dan Pariwisata Kabupaten Madiun Dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP) Universitas Brawijaya, Vol. 2, No. 1.
- Sjafudin, Hetifah. (1995). *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*. Bandung, Yayasan Akgita Tambunan.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Rahmini, Yuli Suci. (2017). *Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia*. Cano Ekonomos, vol.6, no.1.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Definisi UMKM.  
UMKM Bisa Gerakkan Ekonomi Indonesia, ini syaratnya, Mai . Diakses pada tanggal 28 November 2018 dari situs: <http://economy.okezone.com/read/2018/05/01/umkmbisagerakkanekonomi-indonesia-ini-syaratnya>.