

STRATEGI BERKELANJUTAN

DALAM PENGEMBANGAN UMKM:

Membangun Kualitas SDM
Menuju Desa Mandiri Berwirausaha



Raffin Hinelo | Irawati Abdul
Selvi | Rizan Machmud
Melan Asnawi

**STRATEGI
BERKELANJUTAN**
DALAM PENGEMBANGAN UMKM:

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



STRATEGI BERKELANJUTAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM:

**Membangun Kualitas SDM
Menuju Desa Mandiri Berwirausaha**

Raflin Hineo | Irawati Abdul
Selvi | Rizan Machmud
Melan Asnawi

litrus. Penerbit

**STRATEGI BERKELANJUTAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM
Membangun Kualitas SDM Menuju Desa Mandiri Berwisata**

Penulis: Dr. Rafli Hinely, S.Pd., M.Si.
Dr. Irawati Abdul, S.E., M.Si.
Dr. Selvi, S.E., M.Si.
Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si.
Melan Asnawi, S.Pd., M.Si.

ISBN: 978-623-127-347-5

Copyright ©Januari 2025
Ukuran: 15,5 cm X 23 cm; hlm: x + 130

Penyelaras Aksara: Niswatul Azizah
Desainer Sampul: Rian Saputra
Penata Isi: Kelvin Syuhada Lunivananda

Cetakan I: Januari 2025

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh
CV Literasi Nusantara Abadi
Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Blok B11. Merjosari
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
Telp : +6285887254603, +6285841411519
Email: penerbitlitnus@gmail.com
Web: www.penerbitlitnus.co.id
Anggota IKAPI No. 209/JTI/2018

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian atau keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.



PRAKATA

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya sebagai motor penggerak perekonomian, tetapi juga sebagai solusi dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan ekonomi, khususnya di pedesaan. Namun, untuk menjawab tantangan globalisasi dan digitalisasi, pengembangan UMKM tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas usaha. Diperlukan strategi berkelanjutan yang mengutamakan pertumbuhan ekonomi dan memperhatikan aspek sosial, lingkungan, dan pembangunan jangka panjang.

Pengembangan UMKM di pedesaan harus dimulai dari penguatan kualitas SDM. Kualitas SDM yang baik akan menjadi fondasi bagi keberhasilan sebuah usaha karena pengelolaan yang profesional dan inovatif hanya dapat dicapai dengan keahlian dan kompetensi yang memadai. Tantangannya menjadi lebih kompleks karena keterbatasan akses terhadap pendidikan, pelatihan, dan teknologi. Oleh karena itu, strategi berkelanjutan dalam pengembangan UMKM perlu mengintegrasikan program-program peningkatan kapasitas, seperti pelatihan kewirausahaan, pendampingan teknis, dan fasilitasi akses terhadap teknologi serta pasar.

Membangun desa mandiri berwirausaha tidak hanya tentang menciptakan unit-unit usaha baru, tetapi juga menciptakan ekosistem. Ekosistem mencakup infrastruktur yang memadai, regulasi yang mendukung, serta

kolaborasi antara berbagai pihak, seperti pemerintah, komunitas lokal, dan sektor swasta. Keberlanjutan dalam pengembangan UMKM juga harus memastikan adanya inklusi, yaitu semua kelompok masyarakat, termasuk perempuan dan kelompok rentan memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi.



DAFTAR ISI

Prakata	v
Daftar Isi	vii

BAB I

PENGENALAN UMKM DAN PENTINGNYA

KEMANDIRIAN DESA	1
Pengertian dan Kriteria UMKM.....	1
Faktor–Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM.....	3
Jenis-Jenis UMKM.....	8
Pengertian Desa Mandiri	15
Pembangunan Kemandirian Desa.....	16

BAB II

PENGUATAN KUALITAS SDM UNTUK UMKM DESA.....

Pengertian SDM.....	19
Pengelolaan Kompetensi SDM.....	22
Pengelolaan SDM untuk Meningkatkan Daya Saing	27

BAB III

MODEL INOVASI BERWIRAUSAHA PADA UMKM	31
Model <i>Entrepreneurial Passion</i>	31
Model <i>Self-Efficacy</i>	34
Model <i>Self-Leadership</i>	38
Model <i>Entrepreneurial Resilience</i>	42
Model <i>Entrepreneurial Intention</i>	45

BAB IV

LITERASI KEUANGAN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM.....	49
Pengertian Literasi Keuangan	49
Aspek Literasi Keuangan	55
Implementasi Strategi Literasi Keuangan pada UMKM.....	58

BAB V

STRATEGI PEMASARAN DAN AKSES PASAR BAGI UMKM DESA.....	61
Pengertian Pemasaran	61
Strategi Pemasaran.....	63
Penguatan Modal dan Akses Keuangan bagi UMKM	67
Peran Teknologi dalam Mendukung UMKM Desa	71

BAB VI

PERAN PEMERINTAH DAN STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN UMKM DESA	75
Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung UMKM Desa	75
Program dan Bantuan dari Pemerintah untuk UMKM Desa.....	78
Peran Lembaga Keuangan dalam Mendukung UMKM Desa	83

Peran Pendidikan dan Pelatihan dalam Meningkatkan Kualitas UMKM	85
--	----

BAB VII

MASA DEPAN UMKM DI INDONESIA.....	89
UMKM Bagian dari Pilar Ekonomi Bangsa	89
Dukungan Fasilitas dan Proteksi Pemerintah	92
Dukungan dan Kemudahan Akses Finansial	95

BAB VIII

TANTANGAN DAN KEBERLANJUTAN UNTUK UMKM DESA	101
Praktik Model Bisnis Berkelanjutan untuk UMKM Desa	101
Tantangan dan Hambatan Pengembangan UMKM Desa	103
Dukungan Pemerintah dan Swasta terhadap Perkembangan UMKM.....	108
Daftar Pustaka	115



BAB I

PENGENALAN UMKM DAN PENTINGNYA KEMANDIRIAN DESA

Pengertian dan Kriteria UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan jenis kegiatan usaha yang dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja serta memiliki peran penting dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Secara umum, UMKM diartikan sebagai usaha yang memiliki lingkup pasar terbatas, jumlah tenaga kerja sedikit, serta dikelola langsung oleh pemiliknya. Menurut Simmons, Armstrong, dan Durkin (2008), UMKM cenderung beroperasi dengan skala kecil dan memiliki karakteristik yang sederhana dalam manajemen.

Sementara itu, terdapat beberapa ahli yang menyatakan pengertian UMKM yang akan diuraikan sebagai berikut.

1. Rudjito

UMKM adalah usaha yang berperan dalam perekonomian nasional. Usaha ini menciptakan lapangan kerja baru dan menyumbang pendapatan negara melalui pembayaran pajak oleh badan usaha.

2. Adi M. Kwartono

UMKM merupakan kegiatan ekonomi masyarakat yang memiliki batasan kekayaan bersih hingga Rp200.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan omset tahunan maksimal Rp1.000.000.000. UMKM dimiliki dan dijalankan oleh warga negara Indonesia.

3. Ina Primiana

UMKM adalah sarana pengembangan kawasan unggulan yang bertujuan mempercepat pemulihan ekonomi. Usaha ini mendukung program prioritas pemerintah dan mendorong pengembangan sektor serta potensi ekonomi yang ada di masyarakat.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki skala usaha terbatas, baik dari segi kekayaan bersih, omset tahunan, maupun jumlah tenaga kerja. UMKM berperan strategis dalam mendukung perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan kontribusi terhadap pendapatan negara.

Selanjutnya, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengklasifikasikan UMKM ke dalam beberapa kriteria berikut.

1. Kriteria usaha mikro

- a. Memiliki aset bersih maksimal 50 juta rupiah, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Mencatat pendapatan tahunan hingga 300 juta rupiah.

2. Kriteria usaha kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta rupiah hingga maksimal 500 juta rupiah, di luar tanah dan bangunan tempat usaha.



BAB II

PENGUATAN KUALITAS SDM UNTUK UMKM DESA

Pengertian SDM

Keberhasilan pembangunan suatu negara bergantung pada dua hal, yaitu kekayaan alam dan kemampuan manusianya. Kekayaan alam mencakup sumber daya yang tersedia di suatu negara, seperti mineral, hutan, lahan pertanian, air, dan energi yang menjadi dasar bagi perekonomian karena bisa dimanfaatkan untuk industri, pertanian, dan kebutuhan sosial lainnya. Di sisi lain, sumber daya manusia adalah orang-orang yang siap, mau, dan mampu memberikan kontribusi untuk membantu organisasi mencapai tujuannya atau dikenal sebagai personalia, pegawai, tenaga kerja, atau pekerja (Kadir, 2016).

Menurut Rivai (2009), sumber daya manusia adalah individu yang memiliki kesiapan, kemauan, dan kemampuan untuk berperan dalam pencapaian tujuan organisasi. Kemampuan manusia mengacu pada keterampilan, pengetahuan, dan inovasi yang dimiliki oleh penduduk suatu

negara. Sumber daya manusia yang berkualitas mampu mengelola dan memanfaatkan kekayaan alam dengan lebih efektif.

Notoatmodjo dalam bukunya “*Pengembangan Sumber Daya Manusia*” menyatakan bahwa sumber daya manusia lebih penting daripada sumber daya alam. Hal ini terlihat dari kemajuan suatu negara yang dapat menjadi ukuran keberhasilannya. Misalnya, Jepang dan Korea menjadi negara yang tidak memiliki banyak sumber daya alam, tetapi berhasil maju karena fokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Sebaliknya, negara-negara yang kaya akan sumber daya alam tetapi tidak mengembangkan sumber daya manusianya cenderung lebih lambat dalam mencapai kemajuan jika dibandingkan dengan Jepang dan Korea (Dacholfany, 2017).

Meningkatkan kapasitas dan kualitas suatu bangsa melalui pengembangan sumber daya manusia yang unggul menjadi tanggung jawab bersama untuk menciptakan bangsa yang kuat dan negara yang makmur. SDM yang unggul, tangguh, dan berkualitas dalam aspek fisik maupun mental akan memberikan dampak positif, bukan hanya dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian bangsa, tetapi juga dalam mendukung pembangunan Nasional.

Kadir (2016) menyatakan di Indonesia terdapat dua masalah penting yang perlu diperhatikan dalam pembahasan mengenai sumber daya manusia di antaranya sebagai berikut.

1. Menurunnya kualitas SDM

Terjadi penurunan dalam beberapa tahun terakhir dalam keterampilan, pengetahuan, dan nilai-nilai yang dipegang oleh tenaga kerja di Indonesia. Menurunnya kualitas SDM disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti sistem pendidikan yang belum sepenuhnya relevan dengan kebutuhan pasar, kurangnya akses ke pelatihan dan pendidikan lanjutan, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya pengembangan diri di tengah masyarakat. Penurunan kualitas SDM dapat mengakibatkan rendahnya produktivitas dan daya saing negara di kancah global.



BAB III

MODEL INOVASI BERWIRAUSAHA PADA UMKM

Model Entrepreneurial Passion

Entrepreneurial passion atau semangat kewirausahaan merupakan dorongan intrinsik yang kuat dalam diri seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai (Nandy, 2021). Para ahli seperti Vallerand dan Houliard memandang semangat kewirausahaan sebagai kecenderungan alami manusia, sedangkan Pertula lebih menitikberatkan pada aspek emosional, yaitu gairah dan antusiasme berperan besar dalam mendorong individu untuk berwirausaha.

Entrepreneurial passion merefleksikan keterikatan emosional yang kuat antara seorang wirausahawan dengan aktivitas kewirausahaannya. Ketika individu tersebut terlibat dalam proses inovasi, pertumbuhan, atau pengembangan bisnis maka akan merasakan kepuasan batin. *Entrepreneurial passion* menjadi pendorong untuk terus berkreasi dan mengatasi segala tantangan (Cardon, 2014).

Entrepreneurial passion merupakan kondisi psikologis yang ditandai oleh afeksi positif intens yang muncul ketika individu terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. *Entrepreneurial passion* tidak hanya memotivasi untuk mencapai kesuksesan finansial, tetapi juga memberikan kepuasan batin melalui kontribusi terhadap masyarakat (Fiernaningsih, 2023).

Entrepreneurial passion memiliki berbagai bentuk komitmen sebagai berikut.

1. Komponen afektif

Komponen afektif merupakan aspek emosional yang sangat penting dalam kewirausahaan. Wirausahawan mengidentifikasi diri dengan usaha yang dibangunnya. Keterlibatan emosional mendorong semangat dan dedikasi untuk mengembangkan bisnis secara berkelanjutan.

2. Komponen normatif

Komponen normatif menggambarkan sistem nilai dan etika dalam menjalankan suatu usaha. Wirausahawan memandang tanggung jawab sebagai amanah yang harus dilaksanakan dengan penuh integritas. Sikap profesional dan komitmen moral menjadi fondasi dalam pengelolaan perusahaan.

3. Komponen kontinuitas

Komponen kontinuitas berkaitan dengan penilaian risiko dan pertimbangan strategis wirausahawan. Evaluasi potensi kerugian menjadi faktor kritis dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Wirausahawan melakukan analisis sebelum memutuskan mengubah atau meninggalkan arah bisnis (Cardon, 2014).

Fiernaningsih (2023) menjelaskan bahwa *entrepreneurial passion* memiliki berbagai indikator yang akan diuraikan sebagai berikut.

1. Melakukan bisnis dengan dedikasi penuh

Bisnis yang sukses memerlukan komitmen tinggi untuk memastikan setiap langkah berjalan sesuai rencana. Dedikasi penuh tecermin dari usaha maksimal yang diberikan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.



BAB IV

LITERASI KEUANGAN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM

Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan berasal dari kata *financial literacy* yang berarti kemampuan untuk membuat keputusan yang bijak tentang uang. Literasi keuangan bukan hanya soal pengetahuan tentang pasar saham atau investasi, tapi juga tentang cara mengelola uang sehari-hari, merencanakan masa depan, dan mencapai tujuan keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola uang dengan baik sehingga bisa membuat keputusan finansial yang tepat dan mencapai kesejahteraan.

Literasi keuangan merupakan komponen dalam arsitektur kesejahteraan individu dan sistem ekonomi suatu negara. Literasi keuangan lebih dari sekadar pemahaman dasar tentang uang, melainkan sebuah keterampilan strategis yang membantu seseorang untuk membuat keputusan finansial cerdas dan berkelanjutan. Menurut pandangan Orton (2007), literasi keuangan adalah instrumen dalam navigasi kompleksitas ekonomi

modern. Orton menegaskan bahwa kemampuan ini tidak sekadar pilihan, melainkan kebutuhan esensial dalam lanskap keuangan global yang senantiasa berubah.

Literasi keuangan berperan sebagai kompas yang mengarahkan individu menuju pilihan-pilihan finansial yang lebih baik, terukur, dan bermakna. Jika seorang pelaku UMKM ingin memastikan kehidupan finansial yang stabil di masa depan, maka memerlukan pemahaman yang baik tentang konsep keuangan. Salah satu langkah untuk meningkatkan kesejahteraan hidup adalah dengan mengatur pendapatan dan mengelola keuangan secara tepat dan efisien. Tanpa pengelolaan yang baik, pendapatan sebesar apa pun dapat habis tanpa jejak dan masalah keuangan pun sulit dihindari di masa mendatang.

Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membuat keputusan yang bijak terkait keuangan pribadinya. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris *financial literacy* yang berarti “melek keuangan” atau “pemahaman tentang uang”. Namun, literasi keuangan bukan hanya sekadar mengetahui tentang uang, melainkan cara memberi keputusan finansial dapat memengaruhi kondisi ekonomi seseorang dalam jangka panjang.

Selain itu, sebagian orang berpandangan bahwa kemampuan investasi merupakan bagian penting dari literasi keuangan. Pemahaman tentang instrumen investasi pasar saham, obligasi, reksa dana, dan produk investasi lain berperan dalam membantu individu mengembangkan aset dan mencapai tujuan keuangan. Semakin baik pemahaman seseorang tentang dunia investasi, semakin besar peluang untuk meraih keuntungan finansial dan menciptakan kestabilan ekonomi di masa depan (Respatiningsih, H., dkk., 2023)

Literasi keuangan sering disamakan dengan keahlian investasi, padahal literasi keuangan lebih luas dari itu. Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membuat anggaran, mengelola utang, menabung, dan berinvestasi. Dengan kata lain, literasi keuangan adalah kombinasi antara



BAB V

STRATEGI PEMASARAN DAN AKSES PASAR BAGI UMKM DESA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan interaksi sosial dan perencanaan strategis. Pemasaran bukan sekadar menjual produk atau jasa, tetapi juga memahami kebutuhan dan keinginan konsumen lalu menciptakan nilai untuk memenuhi ekspektasi. Melalui berbagai strategi, seperti riset pasar, pengembangan produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi, perusahaan berupaya membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Proses ini melibatkan pertukaran yang saling menguntungkan, yaitu konsumen mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, sedangkan perusahaan memperoleh keuntungan dan pertumbuhan bisnis (Daryanto 2011: 1).

Menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan suatu kegiatan yang fokus pada usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, baik secara individu maupun kelompok melalui proses pertukaran yang

saling menguntungkan. Dalam pemasaran terdapat berbagai pihak terlibat secara aktif untuk mengidentifikasi kebutuhan, mengembangkan dan menawarkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut, serta menjalankan mekanisme distribusi, promosi, dan penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Kegiatan ini tidak semata-mata berpusat pada penjualan barang, melainkan juga mencakup pertukaran ide, pengalaman, informasi, atau jasa yang memiliki nilai bagi pihak-pihak yang terlibat.

Menurut Laksana (2019: 1), pemasaran merupakan proses yang melibatkan pertemuan antara penjual dan pembeli guna melakukan transaksi produk, baik berupa barang maupun jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal ini, konsep pasar tidak lagi semata-mata terkait dengan lokasi fisik, seperti pasar tradisional atau pusat perbelanjaan, melainkan lebih pada serangkaian aktivitas atau interaksi yang terjadi ketika pihak yang menawarkan produk (penjual) bertemu dengan pihak yang memerlukan atau menginginkan produk tersebut (pembeli). Proses pemasaran dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan saluran distribusi, mulai dari kontak langsung antara penjual dengan pembeli dalam situasi tatap muka hingga melalui media *online* menggunakan komunikasi serta transaksi jarak jauh.

Menurut Nainggolan dkk. (2022: 6), pemasaran dapat dilihat dari dua perspektif yang saling melengkapi yang akan diuraikan sebagai berikut.

1. Perspektif sosial

Dalam perspektif sosial, pemasaran merupakan sebuah proses interaksi dalam masyarakat, yaitu individu dan kelompok berusaha memenuhi kebutuhan serta keinginan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau jasa yang bernilai. Melalui aktivitas pemasaran, setiap pihak saling memengaruhi, baik sebagai konsumen yang mencari kepuasan maupun sebagai produsen yang berusaha menyediakan solusi atas kebutuhan tersebut. Pemasaran bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian penting dari kehidupan sehari-hari yang membentuk pola hubungan, nilai, dan preferensi sosial.



BAB VI

PERAN PEMERINTAH DAN STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN UMKM DESA

Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung UMKM Desa

Dalam kapasitasnya sebagai fasilitator, pemerintah memainkan peran yang sangat strategis dalam menciptakan kondisi yang memungkinkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa untuk berkembang. Pemerintah tidak hanya bertindak sebagai penyelenggara kebijakan, tetapi juga sebagai pendamping aktif yang membantu UMKM mengatasi berbagai kendala yang mereka hadapi dalam mencapai keberhasilan usaha. Jika UMKM mengalami hambatan dalam aspek produksi maka tugas pemerintah sebagai fasilitator adalah memberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kualitas produksi. Hal ini dapat diwujudkan melalui berbagai program pelatihan teknis dan peningkatan kapasitas yang dirancang secara sistematis (Anggraeni dkk., 2021: 62—63).

Sebagai contoh, pemerintah memberikan pelatihan keterampilan dalam penggunaan teknologi produksi modern atau efisiensi proses kerja.

Jika kendala UMKM terletak pada keterbatasan pendanaan, pemerintah juga berperan sebagai penghubung antara UMKM dengan sumber pendanaan, seperti bank, koperasi, atau lembaga keuangan mikro. Namun, dalam menyediakan solusi pendanaan, pemerintah harus berhati-hati agar UMKM tidak menjadi terlalu bergantung pada bantuan eksternal sehingga kemandirian usaha tetap terjaga. Sahuda (2024) untuk mewujudkannya, pemerintah membuat sejumlah program berikut.

1. Fasilitasi pameran produk unggulan daerah, yang memberikan ruang bagi UMKM untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka.
2. Fasilitasi sertifikasi halal yang sangat penting terutama bagi produk makanan dan minuman agar dapat bersaing di pasar domestik maupun internasional.
3. Pelatihan pengemasan yang bertujuan meningkatkan daya tarik produk sehingga memiliki nilai jual lebih tinggi.
4. Pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* yang membantu pelaku usaha kecil memahami dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar.
5. Pelatihan keterampilan dan pengembangan desain produk yang memperbaiki kualitas estetika produk dan meningkatkan daya saing.

Semua program tersebut menunjukkan bagaimana pemerintah tidak hanya menyediakan fasilitas, tetapi juga membangun ekosistem yang kondusif bagi keberlanjutan UMKM desa. Sebagai regulator, pemerintah bertugas menetapkan kebijakan-kebijakan yang dapat menciptakan lingkungan usaha yang mendukung perkembangan UMKM, termasuk di wilayah pedesaan. Pemerintah berfungsi untuk memastikan bahwa iklim usaha tetap stabil, teratur, dan memberikan peluang bagi investasi serta pertumbuhan usaha kecil.

Salah satu instrumen utama yang digunakan adalah pengaturan kebijakan makroekonomi, seperti Suku Bunga Bank Indonesia yang berdampak langsung pada biaya pinjaman dan akses pembiayaan bagi UMKM. Selain itu, pemerintah menetapkan aturan-aturan yang mengatur persaingan



BAB VII

MASA DEPAN UMKM DI INDONESIA

UMKM Bagian dari Pilar Ekonomi Bangsa

UMKM merupakan bagian integral dari sektor dunia usaha di Indonesia. UMKM tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi wujud nyata dari kegiatan ekonomi rakyat yang mencerminkan aspirasi serta kebutuhan masyarakat luas. Sebagai entitas yang berakar pada ekonomi kerakyatan, UMKM memiliki kedudukan, peran, dan potensi strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian nasional yang berbasis pada prinsip demokrasi ekonomi.

UMKM, badan usaha milik negara (BUMN), dan usaha swasta besar (USB) menjadi salah satu pilar dalam mendukung sistem perekonomian nasional. Ketiga elemen ini membentuk fondasi ekonomi yang saling melengkapi. Namun, UMKM memiliki keunikan tersendiri karena peranannya yang lebih dekat dengan masyarakat, baik sebagai produsen maupun konsumen. Keberadaan UMKM membantu terciptanya pemerataan ekonomi karena mampu menjangkau wilayah yang sering kurang terakses oleh BUMN dan USB (Fajar, 2015).

Produk domestik bruto (PDB) menjadi salah satu indikator penting untuk mengukur kontribusi UMKM dalam perekonomian suatu negara. PDB mencerminkan nilai total barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara dalam periode waktu tertentu, biasanya satu tahun. Tujuan penghitungan PDB memberikan gambaran ringkas mengenai aktivitas ekonomi dalam bentuk nilai moneter sehingga memudahkan analisis terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Sofyan, 2017).

Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada Juli 2024, UMKM memberikan kontribusi luar biasa terhadap PDB nasional. UMKM menyumbang hingga 60,51% terhadap total PDB nasional. Jumlah ini setara dengan 9,580 triliun rupiah. Angka ini menunjukkan sektor UMKM mampu memberikan dampak besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Selain itu, menurut Kiswandi dkk. (2023), UMKM menjalankan beberapa fungsi utama yang memberikan dampak besar bagi perekonomian nasional yang akan diuraikan sebagai berikut.

1. Sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi
UMKM mendominasi sektor usaha di Indonesia, mencakup sekitar 99% dari total unit usaha. Dengan jumlah ini, UMKM menjadi aktor utama dalam berbagai aktivitas ekonomi, mulai dari produksi barang, distribusi, hingga layanan jasa. Dominasi ini menjadikan UMKM sebagai pilar dalam menjaga stabilitas dan dinamika perekonomian nasional.
2. Sebagai penyedia lapangan kerja terbesar
Sektor UMKM adalah sumber utama penyerapan tenaga kerja. Keberadaan UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran dengan menyediakan berbagai jenis pekerjaan di berbagai wilayah, baik di pedesaan maupun perkotaan. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.



BAB VIII

TANTANGAN DAN KEBERLANJUTAN UNTUK UMKM DESA

Praktik Model Bisnis Berkelanjutan untuk UMKM Desa

Implementasi model bisnis berkelanjutan merupakan wujud komitmen pelaku usaha untuk menjalankan praktik bisnis yang beretika dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi, sambil tetap memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja, komunitas lokal, dan masyarakat sekitar. Meskipun umumnya model bisnis berkelanjutan hanya diadopsi oleh perusahaan besar yang sudah mapan secara finansial, UMKM pun berpotensi untuk menerapkannya.

Perubahan dalam lanskap bisnis global saat ini menuntut pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang lebih luas. Dalam konteks UMKM di desa, penerapan model bisnis berkelanjutan memiliki peran penting sebagai strategi untuk menjaga kelangsungan usaha sekaligus menciptakan dampak positif bagi komunitas lokal. UMKM desa memiliki potensi besar untuk

berkontribusi dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara bijak, pengelolaan limbah yang efisien, serta pemberdayaan masyarakat sekitar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga menciptakan harmoni antara kegiatan ekonomi dengan pelestarian lingkungan dan penguatan sosial di tingkat komunitas.

Model bisnis berkelanjutan merupakan pendekatan strategis yang mengintegrasikan tiga aspek utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan, sebagaimana dijelaskan dalam konsep *triple bottom line* (TBL) oleh Elkington pada 1998. Aspek ekonomi berfokus pada upaya menciptakan keuntungan finansial secara berkelanjutan melalui inovasi berbasis sumber daya lokal. Aspek sosial menekankan pentingnya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, seperti penyediaan lapangan kerja, peningkatan keterampilan, dan pemberdayaan komunitas. Sementara itu, aspek lingkungan mencakup upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui pengelolaan limbah, daur ulang, dan penggunaan energi terbarukan. Dalam praktiknya, implementasi model ini pada UMKM desa harus disesuaikan dengan karakteristik lokal agar mampu memberikan hasil yang maksimal.

Ada beberapa langkah strategis yang dapat diterapkan oleh UMKM desa untuk mengadopsi model bisnis berkelanjutan. *Pertama*, pemanfaatan sumber daya lokal sebagai bahan baku utama yang memperkuat identitas produk dan daya tarik pasar. Misalnya, kerajinan tangan yang terbuat dari bahan daur ulang atau hasil tani organik yang diolah menjadi produk unggulan. *Kedua*, pengelolaan limbah usaha melalui pendekatan kreatif, seperti mengolah limbah menjadi pupuk organik atau bahan baku baru untuk produk lain. *Ketiga*, pemberdayaan komunitas lokal dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai aspek usaha, mulai dari produksi hingga pemasaran. Pendekatan ini dapat memperkuat kapasitas masyarakat sekaligus menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. *Keempat*, inovasi produk ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan *biodegradable* atau bahan baku yang terbarukan yang semakin diminati



DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. 2013. *Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM: Perspektif Internal dan Eksternal*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Agustina. 2023. “Pengaruh Self-Leadership terhadap Task Commitment melalui Mediasi Self-Efficacy pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”. Tesis pada Universitas Medan Area.
- Agustino, Leo, 2008. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, Ningtiyas, dan Nurdiyah. “Kebijakan Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia”. dalam *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1): 47—65. 2021.
- Aryanti, Nurhalizah, dan Jannah. “Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja di Dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang)”. dalam *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2): 699—709. 2022.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). 2020. *Data Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional*. Jakarta: BKPM.
- Bank Indonesia. 2022. *Laporan Keuangan UMKM dan Tantangan Pembiayaan di Era Digital*. Jakarta: Bank Indonesia.

- Budiarto, Rachmawan, dkk. 2018. *Pengembangan UMKM antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. UGM Press.
- Cardon, dkk. “Pathways of Passion: Identity Centrality, Passion, and Behaviour Among Entrepreneurs”. dalam *Journal of Management*, 40(6): 1583—1606. 2014.
- Dacholfany, M. Ihsan. “Inisiasi Strategi Manajemen Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Mutu Sumber Daya Manusia Islami di Indonesia dalam Menghadapi Era Globalisasi”. dalam *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1(1): 1—13. 2017.
- Damayanti, Ni Nyoman S.R. “Menjaga Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Masa Pandemi Covid-19”. dalam *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(1): 130—140. 2021.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Dewanti Retno, 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dwiwanto, D. A. “Strategi Inovasi Berbasis Keberlanjutan untuk UMKM”. dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2): 89—102. 2021.
- Elkington, John. 1998. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. London: New Society Publishers.
- Fadhli, Muhammad. “Implementasi Manajemen Strategik dalam Lembaga Pendidikan”. dalam *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1): 11—23. 2020.
- Fajar, Mukti. 2015. *UMKM & Globalisasi Ekonomi*. Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fiernaningsih, Nilawati, Pudji Herijanto, dan Anna Widayani. 2023. *Inovasi Berwirausaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Malang: Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Hamzah. “Strategi Pengembangan UMKM Desa Cibingbin Menuju Entrepreneurs Village Berbasis Sumber Daya Alam”. dalam *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 9(2): 36—44. 2022.
- Raihan A Hanasi, dkk. “Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Posso dan Desa Bubode Kabupaten Gorontalo

- Utara”. dalam *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1): 10—22. 2023.
- Harjo, Budi. “Model Membangun Desa Mandiri”. dalam *Jurnal Sosial dan Humanis Sains (JSHS)*, 2(1): 27—35. 2017.
- Jatmika, P. 2016. *Permasalahan Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kadir, Moh. Akob. 2016. *SDM dan Daya Saing dalam Bingkai Kearifan Lokal*. Makassar: Alauddin University Press.
- Khairil dan Prama Wira Ginta. “Implementasi Pengamanan Database Menggunakan MD5”. dalam *Jurnal Media Infotama*, 8(1): 29—44. 2012.
- Kiswandi, Fawwazky R.P, Muhammad Cesario S, dan Muhammad Alif G. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia”. dalam *Kampus Akademik Publishing: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4): 154—162. 2023.
- Kurjono. 2018. *Kewirausahaan intensi dan Model Penelitian*. Bandung: Gapura Press.
- Kurniawan, Borni. 2015. *Pengembangan Desa*. Jakarta: Kementerian Desa.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Malau, Masnur Tiurmaida. “Aspek Hukum Peraturan dan Kebijakan Pemerintah Indonesia Menghadapi Liberalisasi Ekonomi Regional: Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015”. dalam *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 3(2): 163—182. 2014.
- Manz, Charles C dan Pearce Craig L. “The New Silver Bullets of Leadership: The Importance of Self and Shared Leadership in Knowledge Work”. dalam *Organizational Dynamics*, 34(2): 130—140. 2005.
- Musran, Munizu. “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan”. dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1): 33—41. 2010.

- Nainggolan, dkk. 2022. *Peran Teknologi Mendorong Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja UMKM*. Malang: Literasi Nusantara.
- Nandy. 2021. *Pengertian Digital Marketing: Jenis, Manfaat, dan Kelebihannya*. Jakarta: Gramedia.
- Nawawi, Hadari. 2006. *Evaluasi dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan dan Industri*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Perkasa D, dkk. “Literasi Keuangan untuk Siswa SMKN 16 Jakarta Pusat”. dalam *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1): 109—116. 2024.
- Pradhana, Heppy Prasetyo dan Muhammad Nafik HR. “Penguatan Modal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Melalui Pembiayaan di BMT Mandiri Sejahtera Gresik”. dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 3(4): 325—332. 2016.
- Priangani, Ade. “Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global”. dalam *Jurnal Kebangsaan*, 2(4): 1—9. 2013.
- Ratnaningtyas. “Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Menghadapi The New Normal”. dalam *EBBANK*, 11(1): 63—70. 2020.
- Rauf, Syam, dan Randy. “Optimalisasi Transformasi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia.” dalam *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 7(1): 95—102. 2024.
- Rivai, Veithzal. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. edisi dua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sahuda. “Implementasi Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Berau”. dalam *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(10): 101—110. 2024.

- Salisu, Isyaku dan Norashida Hashim. “A Critical Review of Scales Used in Resilience Research”. dalam *IOSR Journal of Business and Management*, 19(4): 23—33. 2017.
- Schaltegger, Stefan, dkk. “*Business Models for Sustainability: A Co-Evolutionary Analysis of Sustainable Entrepreneurship, Innovation, and Transformation*”. dalam *Organization & Environment*, 29(3): 264—289. 2016.
- Sedyastuti, Kristina. “Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancah Pasar Global”. dalam *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1): 117—127. 2018.
- Siburian, Martin Tamaro, Muhammad Agrata Abdullah, dan Amrie Firmansyah. “Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, dan Ukuran Pemerintah Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2011—2018”. dalam *Tirtayasa Ekonomika*, 16(1): 1—26. 2021.
- Simmons, Geoff, Gillian A. Armstrong, dan Durkin G. Mark. “Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption: Setting the Research Agenda”. dalam *International Small Business Journal*, 26(3): 351—389. 2008.
- Soekarno, Supriyono. 2010. *Cara Cepat dapat Modal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, Syaakir. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia”. dalam *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1): 33—64. 2017.
- Sopiyanti, Fina. “Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Penyesuaian Akademik Mahasiswa”. dalam *PSYMPATHIC Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1): 290—304. 2011.
- Soraya, Elly dan Anis Lutfiati. “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan”. dalam *Kinerja*, 2(02): 111—134. 2020.
- Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tamarasanti, Mentari Ayu dan Intan Ratnawati. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha dengan Creative Work Behaviour sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang)”. dalam *Journal of Management*, 10(1): 1—10. 2021.
- Tambunan, Tulus. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). 2021. *Digital Economy Report: Cross-Border Data Flows and Development*. Geneva: United Nations.
- United Nations Development Programme (UNDP) & LPEM UI. 2020. *COVID-19 and MSME Challenges in Indonesia*. Jakarta: UNDP Indonesia.
- Wahyudi, Angga, dkk. “Dampak Transformasi Era Digital terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia”. dalam *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4): 99—111. 2023.
- Wardoyo dan Hendro Prabowo. “Model Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Kredit Mikro Koperasi Warga Kesuma Tiara”. dalam *Jurnal ilmiah ekonomi & bisnis*, 8 (1): 29—40. 2003.
- World Trade Organization (WTO). 2021. *Standards and Trade Development in Digital Markets*. Geneva: WTO.
- Yulistiawan, Bambang Saras, dkk. “Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM”. dalam *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1): 141—149. 2024.



EXPRESS DEALS

Paket Penerbitan Buku

1-2 MINGGU
SELESAI



litnus

Anggota IKAPI

No. 340/JTI/2022

Fasilitas:

Design Cover Eye Catching

Sertifikat Penulis

Layout Berstandar Tinggi

ISBN

Buku Cetak

Link E Book



Spesifikasi:

- Ukuran UNESCO/A5 • Cover Art Paper/Ivory 230 Gr • Standar 150 Halaman
- Warna Cover Full Colour 1 Sisi • Kertas Isi Bookpaper/HVS
- Warna Isi Black & White • Laminasi Doff/Glossy • Jilid Perfect Binding

Harga Paket Cetak Terbatas

Paket 3 Buku

800.000

Paket 5 Buku

900.000

Paket 10 Buku

1.250.000

Paket 25 Buku

1.950.000

Paket 50 Buku

2.850.000

Paket 100 Buku

4.750.000

*Harga spesial untuk cetak buku di atas 250 eksemplar

Narahubung

+6282347110445 (Tomy Permana)

+6285755971589 (Febi Akbar Rizki)

+6289605725749 (Gusti Harizal)

+6285887254603 (Faizal Arifin)

Kantor Pusat

Perumahan Puncak Joyo Agung
Residence Blok B11, Merjosari, Kec. Lowokwaru,
Kota Malang, Jawa Timur 65144.

Kantor Cabang Lampung

Jl. Utama 1 No. 29 RT 024/RW 011.
Kelurahan Iringmulyo, Kec. Metro Timur,
Kota Metro. Lampung 34112.



@penerbit_litnus



Penerbit Litnus



@literasinusantara_



www.penerbitlitnus.co.id

JASA KONVERSI

SKRIPSI, TESIS, DISERTASI DAN BAHAN PENELITIAN

MENJADI BUKU BER-ISBN

Penulis cukup mengirim filenya saja, selebihnya kami yang akan memproses editing dan penerbitannya dengan fasilitas:

Layanan Editing:

- ✓ Restruktur Kerangka Naskah
- ✓ Editing Naskah
- ✓ Proofreading
- ✓ Komunikasi Intensif
- ✓ Penerbitan Buku + Bisa mengurus HKI

Layanan Penerbitan:

- ✓ ISBN
- ✓ Desain Cover
- ✓ Layout standar tinggi
- ✓ Buku Cetak & Sertifikat Penulis
- ✓ Link URL e-book

PAKET BRONZE

Rp2.300.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Ringan
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 10 eksemplar
- Gratis Link E-book

PAKET GOLD

Rp3.800.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Sedang
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 25 eksemplar
- Gratis Link E-book

PAKET DIAMOND

Rp5.000.000

Fasilitas:

- Konversi Artikel Ilmiah
- Editing Berat
- ISBN
- Desain Cover
- Layout Berstandar Tinggi
- Sertifikat Penulis
- Buku Cetak 50 eksemplar
- Gratis Link E-book

Cetak 1000 eksemplar:

Free Layanan Launching buku, tim Litnus akan menjadi fasilitator, admin, dan host dalam **virtual launching** buku penulis.

PENDAFTARAN HKI

Express 1—2 Jam Selesai

Rp700.000

Hindari klaim orang lain atas karya Anda. Amankan setiap karya dengan mengurus Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) bersama Literasi Nusantara. Dosen yang memiliki legalitas sertifikat HKI dapat mengajukan tambahan angka kredit poin KUM hingga 40 poin.

PENGADAAN BUKU FISIK MAUPUN E-BOOK UNTUK PERPUSTAKAAN DAN DIGITAL LIBRARY

- Harga Ekonomis
- Pilihan Buku Melimpah
- Buku-Buku Terbitan Tahun Terbaru
- Bisa dibantu penyusunan list judul sesuai kebutuhan
- Jaminan Garansi

FREE INSTALASI Digital Library

(Kubuku, Gramedia Digital, Aksaramaya, Henbuk, dll)

Layanan Cetak OFFSET

***Harga Ekonomis *Pengerjaan Cepat *Hasil Berkualitas Tinggi**

Telah dipercaya para guru, dosen, lembaga,
dan penulis profesional di seluruh Indonesia



PAKET PENERBITAN BUKU + HKI

1-2 MINGGU
SELESAI



litnus

Anggota IKAPI
No. 340/JTI/2022

Fasilitas:

Design Cover Eye Catching

Sertifikat Penulis

Layout Berstandar Tinggi

ISBN

Buku Cetak

Link E Book

Royalti

HKI



Spesifikasi:

- Ukuran UNESCO/A5 • Cover Art Paper/Ivory 230 Gr • Standar 150 Halaman
- Warna Cover Full Colour 1 Sisi • Kertas Isi Bookpaper/HVS
- Warna Isi Black & White • Laminasi Doff/Glossy • Jilid Perfect Binding

Harga Paket Cetak + HKI

Paket 3 Buku
1.400.000

Paket 5 Buku
1.500.000

Paket 10 Buku
1.850.000

Paket 25 Buku
2.550.000

Paket 50 Buku
3.450.000

Paket 100 Buku
5.350.000

*Harga spesial untuk cetak buku di atas 250 eksemplar

Narahubung



0858-8725-4603
0882-0099-32207
0899-3675-845

Alamat Kantor



Perumahan Puncak Joyo Agung
Residence Blok B11 Merjosari,
Kec. Lowokwaru, Kota Malang,
Jawa Timur 65144.



@penerbit_litnus



Penerbit Litnus



@literasinusantara_



www.penerbitlitnus.co.id

Promo Penerbitan BUKU + HKI

Rp **1.400.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 3 eks

Rp **1.500.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 5 eks

Rp **1.850.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 10 eks

Rp **2.550.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 25 eks

Rp **3.450.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 50 eks

Rp **5.350.000** Ukuran Unesco/B5
Cetak 100 eks



FASILITAS

- ✓ ISBN
- ✓ Desain Kover
- ✓ HKI
- ✓ Buku Cetak
- ✓ Layout Berstandar Tinggi
- ✓ Sertifikat Penulis
- ✓ Link E-Book

KEUNTUNGAN



CEPAT
Proses Penerbitan
1-2 Minggu



EKONOMIS
Hemat 25%



BERKUALITAS
Hasil berkualitas tinggi
dan berstandar Dikti



Narahubung

0858-8725-4603 | 0882-0099-32207 | 0899-3675-845



@penerbit_litnus



Penerbit Litnus



@literasinusantara_



www.penerbitlitnus.co.id

STRATEGI BERKELANJUTAN

DALAM PENGEMBANGAN UMKM:

Membangun Kualitas SDM Menuju Desa Mandiri Berwirausaha

Di tengah dinamika perekonomian global yang semakin kompleks, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Namun, tantangan besar keterbatasan akses keuangan, perubahan teknologi, dan keberlanjutan lingkungan menjadi penghalang bagi UMKM untuk berkembang secara optimal.

Buku ini dirancang untuk membantu mahasiswa, dosen, peneliti, dan praktisi memahami strategi berkelanjutan dalam pengembangan UMKM. Buku ini berisi delapan bab yang membahas strategi berkelanjutan dalam pengembangan UMKM yang akan dijelaskan sebagai berikut.

- Pengenalan UMKM dan Pentingnya Kemandirian Desa
- Penguatan Kualitas SDM untuk UMKM Desa
- Model Inovasi Berwirausaha pada UMKM
- Literasi Keuangan dalam Pemberdayaan UMKM
- Strategi Pemasaran dan Akses Pasar bagi UMKM Desa
- Peran Pemerintah dan *Stakeholder* dalam Pengembangan UMKM Desa
- Masa Depan UMKM di Indonesia
- Tantangan dan Keberlanjutan untuk UMKM Desa

