

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENDUKUNG
PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT***MSME DEVELOPMENT STRATEGIES IN SUPPORTING COMMUNITY
ECONOMIC EMPOWERMENT***Muh Irshan Sachrir, Dini Kamila Salma, Damas Gianlugi Alrizqi, Nurul Haeriyah Ridwan***Fakultas. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia*

Email: irshanunm.ac.id, dini.kamila.salmaunm.ac.id, damasunm.ac.id, nurul.haeriyahunm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, dalam pengembangannya, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, serta terbatasnya pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM yang meliputi peningkatan kualitas produk, diversifikasi usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan manajemen usaha mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha. Peningkatan tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan ekonomi lokal. Namun demikian, implementasi strategi masih menghadapi berbagai kendala yang memerlukan dukungan eksternal dari pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga pendamping usaha. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM yang komprehensif dan terintegrasi menjadi kunci dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci: strategi UMKM, pemberdayaan ekonomi, pengembangan usaha, ekonomi masyarakat, kewirausahaan

Abstract

This study aims to analyze the development strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises in supporting community economic empowerment. MSMEs play a strategic role in the economy, particularly in employment generation and income improvement. However, their development still faces various challenges, including limited access to capital, low managerial capacity, and limited utilization of digital technology. This study employs a qualitative approach with a descriptive method, using data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The results show that MSME development strategies, including product quality improvement, business diversification, digital technology utilization, and strengthening of business management, are able to enhance business capacity and competitiveness. These improvements have a positive impact on increasing income, creating job opportunities, and strengthening the local economy. Nevertheless, the implementation of these strategies still encounters several constraints that require external support from the government, financial institutions, and business support organizations. Therefore, a comprehensive and integrated MSME development strategy is essential to promote sustainable community economic empowerment.

Keywords: MSME strategy, economic empowerment, business development, local economy, entrepreneurship

INTRODUCTION

Pembangunan ekonomi masyarakat merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Dalam konteks tersebut, penguatan sektor ekonomi berbasis masyarakat menjadi penting untuk menciptakan kemandirian ekonomi serta mengurangi ketimpangan sosial. Salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta memperkuat struktur ekonomi lokal (Dhar et al., 2024).

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, baik dari sisi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui pemanfaatan potensi sumber daya lokal. Dalam perkembangannya, transformasi digital memberikan peluang baru bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat daya saing produk. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Perkembangan jumlah UMKM di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

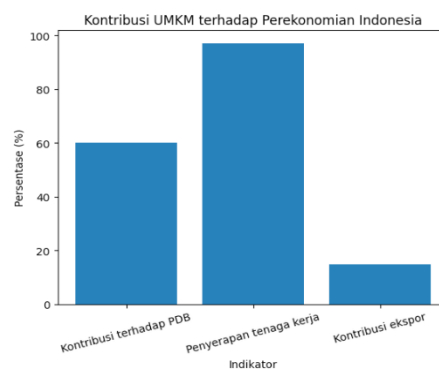
Gambar 1. Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2019–2023



Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM (2023), diolah penulis

Berdasarkan Gambar 1, jumlah UMKM di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas ekonomi berbasis masyarakat semakin berkembang dan memiliki potensi besar dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Peningkatan jumlah UMKM juga mencerminkan semakin meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan kewirausahaan yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan masyarakat. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.

Gambar 2. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Indonesia



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), diolah penulis

Berdasarkan Gambar 2, UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap produk domestik bruto. Tingginya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus menjadi instrumen penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan jumlah usaha, tetapi juga pada penguatan kapasitas dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Namun demikian, pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan

baik dari aspek internal maupun eksternal. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain keterbatasan akses permodalan, rendahnya kemampuan manajerial, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha. Selain itu, persaingan usaha yang semakin ketat serta perubahan dinamika pasar menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dan berinovasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada keberadaan usaha semata, tetapi juga memerlukan strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan ekonomi yang semakin kompleks (Li et al., 2018; Noer et al., 2025).

Dalam upaya mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan strategi pengembangan UMKM yang efektif dan berkelanjutan. Strategi tersebut dapat meliputi peningkatan kualitas produk, pemanfaatan teknologi digital, penguatan manajemen usaha, serta perluasan akses pasar dan pembiayaan. Dengan adanya strategi yang tepat, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas peluang pasar, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM menjadi faktor kunci dalam mendukung keberhasilan pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (Noch & Rumasukun, 2024).

Peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional dapat dilihat dari kontribusinya terhadap berbagai indikator ekonomi, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Indonesia

Indikator	Nilai
Jumlah UMKM	± 65 juta unit
Kontribusi terhadap PDB	± 60%
Penyerapan tenaga kerja	± 97%
Kontribusi ekspor	± 15%

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2023)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa UMKM memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan pembentukan produk domestik bruto. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM merupakan salah satu strategi penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi berbasis masyarakat, strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai alat peningkatan pendapatan, tetapi juga sebagai instrumen transformasi sosial yang mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Strategi yang tepat dapat memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara lebih efektif, sehingga mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat dilepaskan dari pendekatan strategis yang terencana dan terintegrasi dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat (Harinuridin et al., 2025; Purnomo & Purwandari, 2025).

Lebih lanjut, strategi pengembangan UMKM juga harus mempertimbangkan karakteristik lokal serta potensi ekonomi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Pendekatan berbasis potensi lokal menjadi penting karena setiap wilayah memiliki keunggulan dan keterbatasan yang berbeda. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal, UMKM dapat menjadi motor penggerak ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga pada pemerataan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, strategi yang bersifat kontekstual menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas pengembangan UMKM (Anggraeni et al., 2026; Omrani et al., 2024; Teng et al., 2022).

Selain itu, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pengelolaan usaha dan membuka peluang baru bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Transformasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait dengan keterbatasan literasi digital dan akses terhadap infrastruktur teknologi. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM perlu disertai dengan upaya peningkatan kapasitas digital pelaku usaha (Latif et al., 2023) which will increase the role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs.)

Di sisi lain, keberhasilan strategi pengembangan UMKM juga sangat dipengaruhi oleh dukungan lingkungan eksternal, seperti kebijakan pemerintah, akses terhadap pembiayaan, serta keberadaan lembaga pendamping usaha. Intervensi kebijakan yang tepat dapat menciptakan ekosistem usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendukung menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan implementasi strategi pengembangan UMKM.

Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pengelolaan usaha, tetapi juga mencakup dimensi sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang saling terkait. Pendekatan yang komprehensif dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih luas terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kajian mengenai strategi pengembangan UMKM menjadi penting untuk memahami bagaimana strategi tersebut dapat diimplementasikan secara efektif dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan (Trie et al., 2022).

Selain itu, strategi pengembangan UMKM juga perlu memperhatikan aspek keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Keberlanjutan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemampuan usaha dalam bertahan di pasar, tetapi juga kemampuan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan ekonomi. UMKM yang mampu menerapkan strategi yang adaptif cenderung lebih resilien dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi, termasuk perubahan pola konsumsi masyarakat dan dinamika pasar global. (Chakabva & Tengeh, 2023)

Di samping itu, pentingnya inovasi dalam strategi pengembangan UMKM menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup proses produksi, pemasaran, serta model bisnis yang digunakan. Pelaku UMKM yang mampu berinovasi secara berkelanjutan akan memiliki peluang yang lebih besar dalam meningkatkan daya saing serta memperluas pangsa pasar. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM harus berorientasi pada peningkatan kapasitas inovatif pelaku usaha.

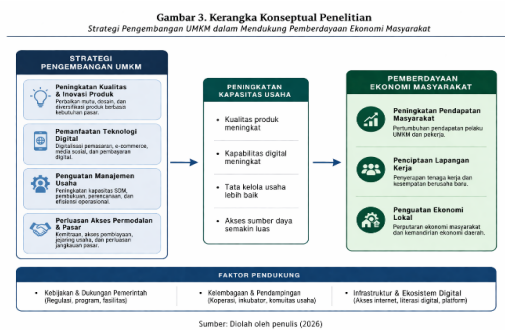
Selanjutnya, akses terhadap sumber daya ekonomi seperti modal, teknologi, dan informasi juga menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan UMKM. Keterbatasan akses terhadap sumber daya tersebut seringkali menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang mampu menghubungkan pelaku UMKM dengan berbagai sumber daya yang tersedia, baik melalui kemitraan usaha, dukungan lembaga keuangan, maupun pemanfaatan teknologi digital.

Di sisi lain, aspek kelembagaan juga memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Keberadaan lembaga pendukung seperti koperasi, lembaga keuangan mikro, serta organisasi pendamping usaha dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas usaha. Kelembagaan yang kuat akan menciptakan lingkungan usaha yang lebih stabil dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Oleh karena

itu, strategi pengembangan UMKM perlu memperhatikan penguatan aspek kelembagaan sebagai bagian dari sistem pendukung usaha.

Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan skala usaha, tetapi juga mencakup aspek inovasi, akses sumber daya, keberlanjutan usaha, serta penguatan kelembagaan. Pendekatan yang komprehensif tersebut diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih luas terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, baik dalam meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, maupun memperkuat struktur ekonomi lokal secara berkelanjutan. Hubungan antara strategi pengembangan UMKM dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat digambarkan melalui kerangka konseptual penelitian berikut.

Gambar 3. Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Diolah penulis (2026)

Gambar 3 menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas produk, pemanfaatan teknologi digital, penguatan manajemen usaha, serta perluasan akses permodalan dan pasar. Peningkatan kapasitas usaha yang dihasilkan dari penerapan strategi tersebut selanjutnya berdampak pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang ditandai dengan peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan ekonomi lokal. Selain itu,

keberhasilan strategi pengembangan UMKM juga dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti kebijakan pemerintah, kelembagaan, serta infrastruktur dan ekosistem digital. Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM menjadi faktor kunci dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan (Bruce et al., 2023; Zhang et al., 2022) the phenomenon offers several opportunities to businesses. Small and medium enterprises (SMEs).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas mengenai UMKM dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, kajian yang secara khusus menekankan pada strategi pengembangan UMKM dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat masih perlu dikaji lebih mendalam, khususnya pada konteks ekonomi masyarakat lokal. Penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha serta memperkuat peran UMKM dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti, khususnya terkait dengan strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara

langsung melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM yang menjalankan usaha di lingkungan masyarakat. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan instansi pemerintah, jurnal ilmiah, buku referensi, serta dokumen lain yang relevan dengan pengembangan UMKM dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM, sedangkan objek penelitian adalah strategi pengembangan UMKM yang diterapkan dalam kegiatan usaha. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi pelaku usaha yang aktif menjalankan usaha, memiliki pengalaman dalam mengelola usaha, serta terlibat dalam kegiatan pengembangan UMKM.

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Informan	Keterangan
1	Pelaku UMKM	Pemilik usaha
2	Pelaku UMKM	Pengelola usaha
3	Aparat Desa	Pendukung program UMKM

Sumber: Data Penelitian (2024)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM serta kondisi ekonomi masyarakat di lingkungan penelitian. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengembangan usaha, kendala yang dihadapi, serta dampak usaha terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti data usaha, foto kegiatan, serta dokumen lain yang relevan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyederhanakan dan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi pengembangan UMKM dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat.

RESULTS AND DISCUSSION

Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Kapasitas Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas usaha pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian, strategi yang paling dominan diterapkan oleh pelaku usaha meliputi peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Strategi tersebut dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar serta meningkatnya persaingan usaha.

Peningkatan kualitas produk menjadi strategi utama yang dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan daya saing usaha. Pelaku usaha berupaya meningkatkan kualitas bahan baku, desain produk, serta kemasan agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, diversifikasi produk juga dilakukan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi berbasis inovasi produk menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha UMKM (Kraus et al., 2020; Naudé, 2022).

Di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi yang

semakin berkembang dalam pengelolaan UMKM. Pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Strategi ini dinilai efektif dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume penjualan. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital karena keterbatasan literasi digital yang dimiliki (Nambisan et al., 2020).

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga mencakup aspek pemasaran dan inovasi. Dengan demikian, strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM bersifat multidimensional dan saling terkait dalam meningkatkan kapasitas usaha (Tambunan, 2021; World Bank, 2023).

Dampak Strategi UMKM terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Strategi pengembangan UMKM yang diterapkan oleh pelaku usaha menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya pada tingkat lokal. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang berorientasi pada peningkatan kapasitas usaha, seperti inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan manajemen usaha (Naudé, 2022), terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Peningkatan kapasitas ini tidak hanya berdampak pada keberlanjutan usaha, tetapi juga memberikan efek lanjutan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya (Ratten, 2021).

Salah satu dampak utama yang dihasilkan adalah peningkatan pendapatan masyarakat. Pelaku UMKM yang mampu mengimplementasikan strategi pengembangan usaha secara efektif cenderung mengalami peningkatan omzet dan keuntungan usaha. Kondisi ini secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku

usaha dan keluarganya. Lebih lanjut, peningkatan pendapatan tersebut juga memiliki efek multiplier terhadap perekonomian lokal, di mana daya beli masyarakat meningkat dan mendorong aktivitas ekonomi di lingkungan sekitar menjadi lebih dinamis (Audretsch & Belitski, 2021; Autio et al., 2021).

Selain peningkatan pendapatan, strategi pengembangan UMKM juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berkembangnya usaha UMKM mendorong kebutuhan tenaga kerja tambahan, baik dalam proses produksi, distribusi, maupun pemasaran. Hal ini membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar, terutama bagi kelompok yang memiliki keterbatasan akses terhadap sektor formal. Dengan demikian, UMKM berperan sebagai salah satu solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif (Block et al., 2023).

Lebih lanjut, dampak pemberdayaan juga terlihat pada peningkatan kapasitas dan keterampilan masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan UMKM memberikan kesempatan untuk memperoleh pengalaman kerja, pengetahuan praktis, serta keterampilan kewirausahaan. Proses ini tidak hanya meningkatkan produktivitas individu, tetapi juga membentuk pola pikir yang lebih mandiri dan adaptif terhadap perubahan ekonomi. Dalam jangka panjang, peningkatan kapasitas ini berpotensi menciptakan pelaku usaha baru yang dapat memperkuat struktur ekonomi masyarakat (Giones & Brem, 2020).

Dari perspektif sosial, strategi pengembangan UMKM juga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi berbasis komunitas. Interaksi antara pelaku usaha dan masyarakat menciptakan hubungan ekonomi yang saling mendukung, di mana kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan individu, tetapi juga memberikan manfaat kolektif. Hal ini tercermin dari

meningkatkan aktivitas ekonomi lokal, seperti munculnya usaha-usaha baru, berkembangnya jaringan distribusi, serta meningkatnya kolaborasi antar pelaku usaha (Spigel, 2020).

Namun demikian, dampak positif tersebut tidak terlepas dari kualitas strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Strategi yang kurang tepat atau tidak berkelanjutan dapat membatasi dampak pemberdayaan yang dihasilkan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan skala usaha, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan, inklusivitas, serta adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan pasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui peningkatan kapasitas usaha, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan keterampilan masyarakat, UMKM mampu menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan strategi pengembangan UMKM perlu terus didorong agar mampu memberikan dampak yang lebih luas terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kendala dalam Implementasi Strategi Pengembangan UMKM

Meskipun strategi pengembangan UMKM terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi tersebut masih menghadapi berbagai kendala yang cukup kompleks. Kendala tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural dan sistemik, yang pada akhirnya mempengaruhi efektivitas pengembangan UMKM secara keseluruhan (Asian Development Bank, 2022; World Bank, 2023).

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan akses

terhadap sumber permodalan. Keterbatasan modal usaha menyebabkan pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas usaha, serta mengembangkan inovasi produk (Demirgüç-Kunt et al., 2020). Selain itu, akses terhadap lembaga keuangan formal juga masih menjadi tantangan, terutama bagi pelaku usaha kecil yang belum memiliki legalitas usaha yang lengkap atau jaminan yang memadai. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku UMKM lebih bergantung pada sumber pembiayaan informal yang memiliki risiko lebih tinggi.

Tabel 3. Kendala dalam Implementasi Strategi Pengembangan UMKM

No	Jenis Kendala	Uraian	Dampak terhadap UMKM
1	Permodalan	Keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal dan kurangnya jaminan usaha	Menghambat ekspansi usaha dan peningkatan kapasitas produksi
2	Manajerial	Rendahnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan, perencanaan usaha, dan strategi bisnis	Usaha tidak berkembang optimal dan sulit bersaing
3	Teknologi Digital	Rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses teknologi	Pemasaran terbatas dan kurang mampu menjangkau pasar luas
4	Akses Pasar	Minimnya informasi pasar dan jaringan distribusi	Produk kurang kompetitif dan sulit berkembang

5	Kelembagaan	Kurangnya koordinasi program pemerintah dan lembaga pendukung	Program bantuan tidak optimal dan tidak berkelanjutan
6	Persaingan Usaha	Tingginya persaingan dengan usaha besar dan produk impor	Menurunkan daya saing UMKM di pasar
7	Infrastruktur	Keterbatasan fasilitas pendukung usaha (internet, transportasi, dll.)	Menghambat distribusi dan efisiensi usaha

Sumber: Data penelitian (2024), diolah penulis

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa kendala dalam pengembangan UMKM bersifat multidimensional dan saling berkaitan satu sama lain. Keterbatasan permodalan dan kapasitas manajerial menjadi kendala utama yang paling dominan, diikuti oleh keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital serta akses pasar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan peningkatan kapasitas internal pelaku usaha, tetapi juga memerlukan dukungan eksternal yang terintegrasi agar kendala-kendala tersebut dapat diatasi secara efektif.

Selain faktor permodalan, rendahnya kapasitas manajerial juga menjadi hambatan signifikan dalam implementasi strategi pengembangan UMKM. Sebagian pelaku usaha masih memiliki keterbatasan dalam perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, serta penyusunan strategi pemasaran yang efektif. Kurangnya kemampuan dalam pencatatan keuangan, misalnya, menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengontrol arus kas dan menentukan strategi pengembangan usaha yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajerial menjadi kebutuhan mendasar dalam penguatan UMKM.

Kendala lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Meskipun digitalisasi menawarkan peluang besar dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi tersebut secara optimal. Keterbatasan literasi digital, kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi, serta minimnya pendampingan dalam penggunaan platform digital menjadi faktor penghambat utama. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang memiliki jangkauan pasar terbatas.

Selain itu, keterbatasan akses terhadap informasi pasar juga menjadi kendala dalam pengembangan UMKM. Pelaku usaha seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi terkait tren pasar, preferensi konsumen, serta peluang usaha yang potensial. Kurangnya informasi tersebut menyebabkan pelaku UMKM kurang responsif terhadap perubahan pasar, sehingga produk yang dihasilkan kurang kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa akses terhadap informasi menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan strategi pengembangan usaha.

Dari sisi kelembagaan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dukungan program pengembangan UMKM belum sepenuhnya terintegrasi. Beberapa program yang diberikan oleh pemerintah maupun lembaga pendukung masih berjalan secara parsial dan belum terkoordinasi dengan baik. Akibatnya, pelaku UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam mengakses program-program tersebut secara optimal. Kurangnya koordinasi antar lembaga juga menyebabkan terjadinya tumpang tindih program serta kurang efektifnya implementasi kebijakan pengembangan UMKM. Selain faktor internal dan kelembagaan, faktor eksternal seperti persaingan usaha yang semakin ketat juga menjadi tantangan dalam implementasi strategi pengembangan

UMKM. Pelaku UMKM harus bersaing tidak hanya dengan usaha sejenis, tetapi juga dengan produk dari perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih kuat. Persaingan ini menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar tetap mampu bertahan di pasar.

Dengan demikian, kendala dalam implementasi strategi pengembangan UMKM bersifat multidimensional dan saling terkait satu sama lain. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif dalam mengatasi berbagai kendala tersebut, baik melalui peningkatan kapasitas internal pelaku usaha maupun melalui penguatan dukungan eksternal. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas strategi pengembangan UMKM sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih optimal terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Peran Dukungan Eksternal dalam Penguatan Strategi UMKM

Keberhasilan strategi pengembangan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan internal pelaku usaha, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dukungan eksternal yang berasal dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendamping usaha, serta lingkungan bisnis secara umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan eksternal memiliki peran strategis dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM, terutama dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan dinamika persaingan pasar yang semakin kompleks.

Peran pemerintah menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan UMKM. Dukungan pemerintah diwujudkan melalui berbagai program, seperti pelatihan kewirausahaan, bantuan permodalan, fasilitasi pemasaran, serta pendampingan usaha. Program pelatihan kewirausahaan, misalnya,

berperan dalam meningkatkan kemampuan manajerial dan teknis pelaku UMKM, sehingga mereka lebih mampu mengelola usaha secara profesional. Selain itu, bantuan permodalan yang diberikan melalui berbagai skema pembiayaan juga membantu pelaku usaha dalam mengembangkan skala usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.

Di samping itu, lembaga keuangan memiliki peran penting dalam menyediakan akses terhadap sumber pembiayaan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Keterbatasan modal seringkali menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha, sehingga keberadaan lembaga keuangan seperti bank, koperasi, maupun lembaga keuangan mikro menjadi sangat penting. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa akses terhadap pembiayaan masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku UMKM, terutama terkait dengan persyaratan administrasi dan jaminan yang harus dipenuhi. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan yang lebih inklusif dalam sistem pembiayaan UMKM (Beck & Demirgüç-Kunt, 2020).

Selain lembaga keuangan, keberadaan lembaga pendamping usaha juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam penguatan strategi pengembangan UMKM. Lembaga pendamping berperan dalam memberikan bimbingan teknis, konsultasi bisnis, serta pendampingan dalam proses pengembangan usaha. Pendampingan ini sangat penting terutama bagi pelaku UMKM yang masih memiliki keterbatasan dalam aspek manajerial dan pemasaran. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, pelaku usaha dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan strategi bisnis, serta meningkatkan daya saing usaha.

Lebih lanjut, perkembangan teknologi digital juga menjadi bagian dari dukungan eksternal yang semakin penting dalam pengembangan UMKM. Platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi

keuangan digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk, mengelola transaksi, serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital ini masih memerlukan dukungan dalam bentuk pelatihan dan peningkatan literasi digital agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM. Sinergi antara berbagai pihak, yaitu pemerintah, pelaku usaha, lembaga keuangan, dan lembaga pendukung lainnya, menjadi faktor utama dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif. Kolaborasi yang efektif memungkinkan pelaku UMKM memperoleh akses terhadap berbagai sumber daya yang dibutuhkan, baik dalam bentuk modal, informasi, teknologi, maupun jaringan usaha. Ekosistem yang kuat tidak hanya mendukung pertumbuhan usaha, tetapi juga meningkatkan ketahanan UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa koordinasi antar lembaga pendukung masih belum optimal. Beberapa program pengembangan UMKM masih berjalan secara parsial dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Kondisi ini dapat mengurangi efektivitas dukungan yang diberikan kepada pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi dalam perumusan kebijakan dan pelaksanaan program pengembangan UMKM. Dengan demikian, dukungan eksternal memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat strategi pengembangan UMKM. Melalui dukungan yang komprehensif dan terintegrasi, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kapasitas usaha, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan ekosistem pendukung UMKM menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat secara lebih luas.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha, seperti peningkatan kualitas produk, diversifikasi usaha, pemanfaatan teknologi digital, penguatan manajemen usaha, serta perluasan akses pasar, terbukti mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Peningkatan kapasitas tersebut selanjutnya berdampak pada meningkatnya pendapatan pelaku usaha, terbukanya lapangan kerja baru, berkembangnya keterampilan masyarakat, serta menguatnya aktivitas ekonomi lokal. Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai upaya peningkatan kinerja usaha, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa implementasi strategi pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala yang bersifat multidimensional, antara lain keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas manajerial, keterbatasan literasi digital, kurangnya akses informasi pasar, serta belum optimalnya koordinasi antar lembaga pendukung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak cukup hanya bertumpu pada kemampuan internal pelaku usaha, tetapi juga memerlukan dukungan eksternal yang kuat dan terintegrasi. Dalam hal ini, pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendamping usaha, serta ekosistem digital memiliki peran strategis dalam memperkuat efektivitas strategi pengembangan UMKM.

Secara umum, penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan UMKM yang komprehensif, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan lokal dapat menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam mendukung

pembangunan ekonomi masyarakat.

Oleh karena itu, penguatan strategi pengembangan UMKM perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan skala usaha, tetapi juga pada penguatan inovasi, keberlanjutan usaha, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi dukungan kelembagaan. Dengan pendekatan tersebut, UMKM dapat semakin berperan sebagai motor penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas dan berkelanjutan.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Makassar atas dukungan fasilitas dan lingkungan akademik yang kondusif dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan sejawat yang telah memberikan masukan konstruktif selama proses penulisan berlangsung.

REFERENCES

- Anggraeni, L., Zulgani, Hodijah, S., & Umiyati, E. (2026). Unlocking Inclusive Growth: The Mediating Role of E-Commerce in MSME Digitalization for Economic Development and SDGs' Achievement in Jambi Province, Indonesia. *Economies*, 14(2), 44. <https://doi.org/10.3390/economies14020044>
- Asian Development Bank. (2022). *Asia SME Monitor 2022*. Manila: ADB.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2021). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 46(4), 1030–1051.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L., & Wright, M. (2021). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic*

Entrepreneurship Journal, 15(2), 311–331.

- Block, J., Fisch, C., & Van Praag, M. (2023). Entrepreneurship research and policy: Emerging trends. *Small Business Economics*, 60(1), 1–12.
- Bruce, E., Shurong, Z., Ying, D., Yaqi, M., Amoah, J., & Egala, S. B. (2023). The Effect of Digital Marketing Adoption on SMEs Sustainable Growth: Empirical Evidence from Ghana. *Sustainability*, 15(6), 4760. <https://doi.org/10.3390/su15064760>
- Chakabva, O., & Tengeh, R. K. (2023). The relationship between SME owner-manager characteristics and risk management strategies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(3), 100112. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100112>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Demirgüç-Kunt, A., Beck, T., & Honohan, P. (2020). *Finance for All? Policies and Pitfalls in Expanding Access*. World Bank.
- Dhar, S., Zaman, K. A. U., & Dhar, B. K. (2024). $\bar{scp}MSMEs/scp$ and economic growth: Fostering an entrepreneurial ecosystem in Bangladesh for sustainable development. *Business Strategy & Development*, 7(3), 1–9. <https://doi.org/10.1002/bsd2.423>
- Giones, F., & Brem, A. (2020). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120437.
- Harinurdin, E., Laksmono, B. S., Kusumastuti, R., & Safitri, K. A. (2025). Community Empowerment Utilizing Open Innovation as a Sustainable Village-Owned Enterprise Strategy in Indonesia: A Systematic Literature Review.

- Sustainability*, 17(8),3394. <https://doi.org/10.3390/su17083394>
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of digital entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1121–1139.
- Kshetri, N. (2021). Role of digital platforms in SMEs development. *Electronic Commerce Research*, 21(1), 1–22.
- Latif, I. N., Heriyanto, H., Mardiana, M., & Dewi, C. K. (2023). Analysis of Financial Management in Economic Empowerment of MSMEs: A Case in a Tourism Village. *Journal of Nonformal Education*, 9(1), 151–159. <https://doi.org/10.15294/jne.v9i1.42717>
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. (2018). Digital transformation by $\bar{scp}SME/\bar{scp}$ entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis*.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2020). The digital transformation of entrepreneurship. *Research Policy*, 49(1), 103773.
- Naudé, W. (2022). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. *Small Business Economics*, 58(1), 3–16.
- Noch, M. Y., & Rumasukun, M. R. (2024). Building Stronger Communities: Integrating Financial Resources for SME Empowerment. *Golden Ratio of Community Services and Dedication*, 4(2), 90–101. <https://doi.org/10.52970/gresd.v4i2.585>
- Noer, M. Y., Chan, A., Tresna, P. W., & Purbasari, R. (2025). Digital marketing and sustainable innovation in SMEs through bibliometric and systematic review. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2548953>
- Omrani, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabi□, M., & Kraus, S. (2024). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 5030–5043. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3215727>
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A Comprehensive Micro, Small, and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities: A Perspective. *Sustainability*, 17(4), 1368. <https://doi.org/10.3390/su17041368>
- Ratten, V. (2021). Entrepreneurship and innovation in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 1–12.
- Spigel, B. (2020). Entrepreneurial ecosystems: Theory and practice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(1), 1–9.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Tambunan, T. (2021). MSMEs in Indonesia: Development, challenges and opportunities. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 159–175.
- Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Research on the Relationship between Digital Transformation and Performance of SMEs. *Sustainability*, 14(10), 6012. <https://doi.org/10.3390/su14106012>
- Trie, N., Sari, P., & Kusumawati, A. (2022). Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science Literature review: The efforts to strengthening of micro, small and medium-sized enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management ...*, 2(01), 98–115. <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/52%0Ahttps://ajmesc.com/index.php/ajmesc>

World Bank. (2023). *Small and Medium Enterprises Finance Report 2023*. Washington DC: World Bank.

Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on Successful Factors and Influencing Mechanism of the Digital Transformation in SMEs. *Sustainability*, 14(5), 2549. <https://doi.org/10.3390/su14052549>