

Analisis Faktor-Faktor Penentu Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Alvazaki Ikbar Maulana^{1*}, Muhammad yasin²

¹⁻² Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: ikbarmaulana2004@gmail.com^{1}, yasin@untag-sby.ac.id²

*Penulis korespondensi: ikbarmaulana2004@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the factors determining the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia through a literature review approach. MSMEs make a significant contribution to the national economy, but their growth still faces various structural barriers. Based on the results of the literature review, it was found that access to capital, human resource quality, managerial capacity, innovation, digitalization, marketing strategies, and government policies are the main factors influencing MSME growth. Limited capital and low financial literacy are dominant obstacles that hinder business expansion. Furthermore, weak managerial capacity and digital competency prevent many MSMEs from optimally exploiting market opportunities. Innovation and the use of digital technology have been proven to increase efficiency and marketing reach, but the adoption rate remains low. External factors such as government regulations, simplified licensing, and support from empowerment programs also play a significant role in creating a conducive business climate. This study emphasizes that MSME development requires a comprehensive approach that integrates internal aspects of business actors and structural government support. The research results are expected to serve as a reference for academics, policymakers, and MSME actors in formulating more effective development strategies.

Keywords: Business Growth; Government Policies; Human Resources; Marketing Strategies; MSMEs.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui pendekatan studi literatur. UMKM memiliki kontribusi penting bagi perekonomian nasional, namun pertumbuhannya masih menghadapi berbagai hambatan struktural. Berdasarkan hasil kajian literatur, ditemukan bahwa akses permodalan, kualitas sumber daya manusia, kapasitas manajerial, inovasi, digitalisasi, strategi pemasaran, serta kebijakan pemerintah merupakan faktor utama yang memengaruhi pertumbuhan UMKM. Keterbatasan permodalan dan rendahnya literasi keuangan menjadi kendala dominan yang menghambat ekspansi usaha. Selain itu, lemahnya kapasitas manajerial dan kompetensi digital membuat banyak UMKM belum mampu memanfaatkan peluang pasar secara optimal. Inovasi dan pemanfaatan teknologi digital terbukti meningkatkan efisiensi serta jangkauan pemasaran, namun tingkat adopsinya masih rendah. Faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, penyederhanaan perizinan, dan dukungan program pemberdayaan juga berperan besar dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif. Kajian ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM memerlukan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan aspek internal pelaku usaha dan dukungan struktural pemerintah. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif.

Kata kunci: Kebijakan Pemerintah; Pertumbuhan Usaha; Sumber Daya Manusia; Strategi Pemasaran; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia karena perannya dalam menyerap tenaga kerja, mendorong pertumbuhan Produk Domestik Bruto, serta menjaga stabilitas ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Meskipun kontribusinya signifikan, UMKM masih menghadapi banyak hambatan struktural yang menghambat pertumbuhannya, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas manajerial, kurangnya inovasi, serta minimnya adopsi teknologi digital. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa permodalan, kualitas sumber daya manusia, dan inovasi merupakan faktor kunci yang menentukan kemampuan UMKM untuk berkembang. Namun, hasil penelitian tersebut belum sepenuhnya memberikan gambaran komprehensif mengenai

bagaimana faktor internal dan eksternal berinteraksi dalam memengaruhi pertumbuhan UMKM secara simultan.

Menurut (Putra & Santoso, 2021) menemukan bahwa sebagian besar UMKM belum mampu mengoptimalkan teknologi digital, baik dari segi pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun manajemen operasional. Padahal sejumlah studi membuktikan bahwa teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital, mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan efisiensi usaha dan perluasan akses pasar (Rahayu & Day, 2015). Kesenjangan digital ini menunjukkan bahwa penguatan kompetensi teknologi merupakan salah satu faktor penentu penting yang berdampak langsung pada pertumbuhan UMKM. Menurut (Dewanti, 2022) dalam risetnya memberikan gambaran terkait pengaruh karakteristik wirausaha serta strategi pemasaran dalam mempengaruhi variabel perkembangan UMKM di kabupaten Buleleng, provinsi Bali. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel karakteristik wirausaha yang terdiri dari komponen seperti kemampuan dalam inovasi, mengelola SDM dengan baik serta kemampuan membuat produk yang baik ternyata memiliki positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini juga variabel strategi pemasaran seperti melakukan online marketing dan ternyata juga memiliki positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Kajian sebelumnya cenderung menyoroti satu atau dua faktor saja, misalnya akses pembiayaan atau digitalisasi, sehingga belum mampu menjelaskan dinamika pertumbuhan UMKM secara menyeluruh. Selain itu, perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan kebijakan pemerintah yang terus berubah menuntut pembaruan analisis agar sesuai dengan kondisi UMKM Indonesia saat ini. Di sinilah letak kebaruan penelitian ini, yaitu mengintegrasikan berbagai temuan ilmiah terkini untuk mengidentifikasi determinan pertumbuhan UMKM dari perspektif ekonomi pembangunan dan struktur industri, sekaligus menyoroti pentingnya sinergi antara faktor internal pelaku usaha dan dukungan regulasi pemerintah.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya pemahaman yang lebih dalam dan holistik mengenai elemen-elemen yang berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM agar strategi pengembangan dapat dirumuskan secara tepat sasaran. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini bertujuan merangkum, membandingkan, dan menganalisis temuan-temuan relevan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang faktor-faktor penentu pertumbuhan UMKM di Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar perumusan kebijakan, pendampingan usaha, dan strategi pengembangan yang lebih efektif, terutama bagi pemangku kepentingan yang berperan langsung dalam pemberdayaan UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep dan Peran UMKM

UMKM merupakan sektor usaha dengan fleksibilitas tinggi, kemampuan adaptasi cepat, serta kedekatan langsung dengan aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam perspektif ekonomi pembangunan, UMKM dipandang sebagai motor penggerak ekonomi rakyat karena sebagian besar beroperasi pada sektor informal dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia (Tambunan, 2019).

Menurut (Todaro & Smith, 2020) menekankan bahwa sektor usaha kecil memiliki kemampuan untuk meningkatkan inklusi ekonomi melalui penciptaan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan pengurangan kesenjangan antarwilayah. Selain kontribusi ekonominya, UMKM berperan strategis dalam pengembangan industri berbasis lokal. Banyak UMKM yang memanfaatkan potensi sumber daya lokal seperti pertanian, perikanan, kerajinan tangan, dan kuliner tradisional sebagai basis produksinya. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menciptakan nilai tambah ekonomi, tetapi juga melestarikan budaya dan identitas daerah (Sarfiah et al., 2019).

Akses Permodalan dan Pembiayaan UMKM

Akses permodalan merupakan salah satu faktor paling krusial dalam menentukan kemampuan UMKM untuk bertahan, tumbuh, dan berkembang. Modal dibutuhkan tidak hanya untuk membiayai operasional sehari-hari, tetapi juga untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi, pembelian bahan baku, investasi peralatan, hingga pengembangan inovasi produk. Sayangnya, banyak UMKM di Indonesia menghadapi kesulitan memperoleh pembiayaan formal karena keterbatasan jaminan, kurangnya rekam jejak keuangan, dan rendahnya literasi keuangan (Tambunan, 2019).

Menurut (Putra & Santoso, 2021), fintech berpotensi menjadi solusi alternatif bagi UMKM yang tidak memiliki akses ke pembiayaan perbankan. Namun, tingginya suku bunga dan potensi risiko gagal bayar juga menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, pemanfaatan fintech harus disertai edukasi literasi keuangan agar UMKM mampu mengelola pembiayaan secara sehat dan produktif

Sumber Daya Manusia dan Kapasitas Manajerial

Kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan penentu utama dalam keberhasilan dan pertumbuhan UMKM karena SDM berperan langsung dalam proses pengambilan keputusan, pengelolaan operasional, serta strategi pengembangan usaha. Banyak penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas SDM merupakan hambatan mendasar yang sering dialami UMKM, mulai dari lemahnya literasi keuangan, minimnya kemampuan perencanaan bisnis,

hingga rendahnya keterampilan adaptasi terhadap perubahan pasar (Sarfiah et al., 2019). UMKM yang dikelola secara tradisional, tanpa perencanaan jangka panjang dan pengelolaan keuangan yang tepat, cenderung sulit naik kelas dan rentan terhadap kegagalan usaha pada kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Menurut (Tambunan, 2019), banyak UMKM di Indonesia belum menerapkan praktik manajemen modern, sehingga proses bisnis tidak berjalan secara efisien, penggunaan modal tidak optimal, dan potensi pasar tidak mampu dimanfaatkan secara maksimal. Ketidakefisienan ini menyebabkan pertumbuhan UMKM menjadi lambat, bahkan stagnan, terutama pada sektor-sektor yang kompetitif dan membutuhkan kemampuan inovasi tinggi. Menurut (Junaedi, 2022) berpendapat pengertian dari kualitas sebagai sebuah ukuran yang memperlihatkan sejauh mana telah terpenuhinya spesifikasi, persyaratan, dan harapan.

Konsep Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan fondasi utama dalam aktivitas pemasaran karena menentukan bagaimana sebuah organisasi atau UMKM merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi aktivitas pemasarannya untuk mencapai keunggulan bersaing. (Kotler & Keller, 2016) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai proses terintegrasi yang mencakup analisis pasar, penetapan tujuan, pemilihan target pasar, serta perancangan program pemasaran untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam konteks UMKM, strategi pemasaran tidak hanya mencerminkan bagaimana produk dipasarkan, tetapi juga menjadi panduan dalam mengoptimalkan sumber daya terbatas agar usaha tetap kompetitif di tengah persaingan industri yang semakin kompleks. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) menjelaskan bahwa strategi pemasaran kini tidak hanya berfokus pada media tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, e-commerce, search engine optimization (SEO), dan content marketing.

Secara teoritis, strategi pemasaran dipandang sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan yang berorientasi pada kebutuhan dan perilaku konsumen. (Kotler & Armstrong, 2018) menjelaskan bahwa strategi pemasaran melibatkan proses segmentasi pasar, targeting, dan positioning (STP) untuk menentukan kelompok konsumen yang paling potensial serta menetapkan proposisi nilai (value proposition) yang relevan. (Porter, 2008) menyatakan bahwa sebuah perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui diferensiasi nilai atau efisiensi biaya, dan strategi pemasaran menjadi alat utama dalam mencapai kedua hal tersebut.

Kebijakan Pemerintah dan Dukungan Regulasi

Kebijakan pemerintah dan dukungan regulasi memiliki peran fundamental dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Pemerintah

Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan strategis untuk memperkuat sektor UMKM, mulai dari penyediaan akses pembiayaan, pengembangan kapasitas SDM, digitalisasi, hingga penyederhanaan regulasi usaha. Menurut (UKM RI, 2023), kebijakan yang tepat sasaran dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM, memperluas akses pasar, serta mendorong integrasi UMKM ke dalam rantai nilai industri nasional.

(Putra & Santoso, 2021) menyatakan bahwa kebijakan digitalisasi pemerintah dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan, tetapi hanya efektif jika pelaku UMKM memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Oleh karena itu, intervensi pemerintah harus mencakup penguatan kompetensi digital dan dukungan infrastruktur yang memadai hingga tingkat daerah.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (literature review). Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian adalah memahami konsep, teori, dan temuan empiris terkait faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM di Indonesia, bukan melakukan pengukuran numerik atau analisis statistik. Menurut (Creswell, 2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali fenomena secara mendalam melalui interpretasi terhadap berbagai sumber data yang sudah tersedia, sehingga mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap persoalan yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut relevan karena pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor multidimensional seperti permodalan, inovasi, digitalisasi, kualitas SDM, kebijakan pemerintah, dan kondisi infrastruktur.

Metode studi literatur dipilih karena penelitian tidak mengumpulkan data primer melalui survei atau wawancara, melainkan berfokus pada pengumpulan data sekunder dari artikel ilmiah, buku referensi, laporan kebijakan, dan sumber akademik lainnya. Menurut (Snyder, 2019), literature review bukan hanya rangkuman dari berbagai sumber, tetapi merupakan proses ilmiah yang mencakup identifikasi, seleksi, evaluasi kritis, dan sintesis terhadap penelitian terdahulu untuk menghasilkan pemahaman baru atau perspektif teoritis yang lebih utuh. (Miles & Huberman, 2014) menyatakan bahwa proses sistematis dalam pengumpulan dan analisis data sekunder menghasilkan temuan yang lebih valid, dapat dipertanggungjawabkan, dan mampu memberikan dasar teoritis yang kuat bagi penelitian selanjutnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia dipengaruhi oleh keterkaitan faktor internal dan eksternal. Akses permodalan masih menjadi kendala utama, di mana banyak UMKM mengalami kesulitan memperoleh pembiayaan formal akibat keterbatasan agunan, rendahnya literasi keuangan, dan kelayakan kredit. Kondisi ini menyebabkan UMKM bergantung pada modal pribadi atau pembiayaan informal yang membatasi ekspansi usaha. Program pemerintah seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) terbukti membantu, namun efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan pendampingan usaha.

Selain permodalan, kualitas sumber daya manusia dan kapasitas manajerial berperan penting dalam menentukan keberhasilan UMKM. Rendahnya kemampuan perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan adaptasi terhadap perubahan pasar masih menjadi tantangan utama. Program pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif, tetapi hasilnya bergantung pada keberlanjutan program dan kesesuaiannya dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Faktor inovasi dan digitalisasi juga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Meskipun digitalisasi terbukti meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar, tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi digital dan infrastruktur. Strategi pemasaran yang tepat, termasuk penerapan STP, diferensiasi produk, dan pemanfaatan pemasaran digital, terbukti meningkatkan daya saing UMKM, meskipun banyak pelaku usaha masih menerapkannya secara intuitif tanpa analisis pasar yang memadai.

Di sisi lain, kebijakan pemerintah dan dukungan regulasi berperan dalam menciptakan ekosistem usaha yang kondusif melalui penyederhanaan perizinan, pembiayaan, dan digitalisasi UMKM. Namun, efektivitas kebijakan sangat bergantung pada kesiapan UMKM dan ketersediaan infrastruktur pendukung. Secara keseluruhan, pertumbuhan UMKM ditentukan oleh sinergi antara permodalan, kualitas SDM, inovasi dan digitalisasi, strategi pemasaran, serta kebijakan pemerintah yang terintegrasi.

Faktor inovasi dan digitalisasi juga menjadi penentu penting dalam perkembangan UMKM. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Namun, tingkat adopsi teknologi UMKM di Indonesia masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi digital dan infrastruktur pendukung, khususnya di daerah. Di sisi lain, strategi pemasaran yang tepat melalui segmentasi pasar, diferensiasi produk, serta integrasi pemasaran digital terbukti meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Peran kebijakan pemerintah melalui penyederhanaan regulasi, digitalisasi UMKM,

dan dukungan pemberian menjadi faktor eksternal yang memperkuat ekosistem pertumbuhan UMKM secara nasional.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia dipengaruhi oleh keterpaduan faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti akses permodalan, kualitas sumber daya manusia, kapasitas manajerial, inovasi, dan strategi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Keterbatasan akses pemberian serta rendahnya kapasitas SDM masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha, khususnya dalam menghadapi persaingan di era digital. Selain itu, adopsi teknologi dan inovasi terbukti berkontribusi terhadap efisiensi operasional dan perluasan pasar, meskipun masih dihadapkan pada kesenjangan literasi digital. Dukungan kebijakan pemerintah melalui regulasi, pemberian, dan program digitalisasi berperan signifikan dalam menciptakan ekosistem usaha yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM.

Untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan, diperlukan peningkatan akses pemberian yang inklusif disertai pendampingan keuangan bagi pelaku usaha. Penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan manajerial, kewirausahaan, dan literasi digital juga menjadi prioritas utama. Selain itu, UMKM perlu didorong untuk meningkatkan inovasi dan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas usaha. Pemerintah diharapkan dapat terus memperkuat efektivitas kebijakan pengembangan UMKM melalui penyederhanaan regulasi, penguatan infrastruktur digital, dan sinergi antarlembaga agar program pemberdayaan UMKM memberikan dampak yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publishing.
- Dewanti, M. A. (2022). Pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 236–242.
- Junaedi. (2022). The influence of the quality of human resources and organizational commitment on employee performance. *Central European Management Journal*, 30(4), 736–750.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy*. Free Press.
- Putra, A., & Santoso, H. (2021). Digital transformation and MSME performance: Opportunities and challenges in Indonesia. *Journal of Business and Management*, 12(2), 55–67.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinants of e-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Procedia Economics and Finance*, 4, 1–12. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). Factors affecting MSME development in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Research*, 18(3), 245–256.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan prospeknya. LP3ES.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson Education.
- UKM RI, K. K. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.