

UNDERSTANDING THE EFFECTIVENESS OF GOVERNMENT SUPPORT IN MARKET SUSTAINABILITY POLICIES AND PROGRAMMES FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE FOOD AND BEVERAGE HOSPITALITY INDUSTRY IN MAGELANG, INDONESIA

Memahami Efektivitas Dukungan Pemerintah Dalam Kebijakan Dan Program Keberlanjutan Pasar Untuk Perusahaan Kecil Dan Menengah Dalam Industri Makanan Dan Minuman Di Magelang, Indonesia

Nia Kurniati Bachtiar
Universitas Muhammadiyah Magelang
Email: justneea@gmail.com

ABSTRACT

Small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia contributed 61.9% to the gross domestic product (GDP) in 2011 (Surdayanto et al., 2014). With that huge contribution, the government assists SME growth and sustainability through policies and programmes. However, SMEs still encounter many challenges. Hence, this study aims to elaborate on those challenges, to understand the effectiveness of government support for SMEs, and to discover the major support SMEs need and the strategies that can be implemented by SMEs. In this qualitative study, in-depth interviews will be conducted with entrepreneurs and government representatives. Finally, this study presents the challenges faced by entrepreneurs, the strategies to pursue growth, and the proposed approaches in government policies and programmes.

Keywords: *Entrepreneurship, small and medium enterprises (SMEs), developing country, government policies and programmes.*

ABSTRAKSI

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia berkontribusi 61,9% terhadap produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2011 (Surdayanto et al., 2014). Dengan kontribusi besar itu, pemerintah membantu pertumbuhan dan keberlanjutan UKM melalui kebijakan dan program. Namun, UKM masih menghadapi banyak tantangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan tantangan-tantangan tersebut, untuk memahami efektivitas dukungan pemerintah untuk UKM, dan untuk menemukan dukungan utama yang dibutuhkan UKM dan strategi yang dapat diterapkan oleh UKM. Dalam studi kualitatif ini, wawancara mendalam akan dilakukan dengan para pengusaha dan perwakilan pemerintah. Akhirnya, penelitian ini menyajikan tantangan yang dihadapi oleh pengusaha, strategi untuk mengejar pertumbuhan, dan pendekatan yang diusulkan dalam kebijakan dan program pemerintah.

Kata kunci: Kewirausahaan, usaha kecil dan menengah (UKM), negara berkembang, kebijakan dan program pemerintah.

A. PENDAHULUAN

Praktek kewirausahaan diyakini memiliki banyak keuntungan baik bagi masyarakat maupun pemerintah. Untuk masyarakat, praktik kewirausahaan dapat menghasilkan kekayaan dan meningkatkan inovasi dan kreativitas. Di sisi lain, pemerintah memotivasi masyarakat untuk menjadi wirausaha karena praktik ini dapat meningkatkan produk domestik bruto (PDB) negara dan dapat menghadirkan peluang kerja bagi orang-orang berpendidikan dan kurang berpendidikan di negara ini.

Namun, memulai usaha tidak secara langsung menghasilkan kekayaan, meningkatkan GDP, atau menciptakan peluang kerja. Suatu usaha harus tumbuh secara signifikan untuk mengejar tujuan tersebut. Berbicara mengenai pertumbuhan, pertumbuhan kewirausahaan sangat terkait dengan elemen pendukung yang diperoleh oleh pengusaha, seperti kebijakan pemerintah, lingkungan usaha, keterampilan, bantuan keuangan, dan sebagainya (Malik, 2016). Kecuali pengusaha memiliki akses ke dukungan ini, usaha mereka tidak akan dapat tumbuh.

Dalam pertumbuhannya, banyak usaha di berbagai industri telah muncul, mulai dari industri pertanian, industri kreatif, industri perdagangan, dan manufaktur, industri jasa hingga industri pariwisata. Di antara mereka, salah satu industri paling maju di Indonesia adalah industri kuliner (Guide, 2015). Sektor usaha ini sejak tahun 2008 telah menempati posisi kedua sebagai sektor usaha paling banyak digeluti di Indonesia setelah pertanian (Tambunan, 2008).

Di tahun 2012, Badan Pusan Statistik (BPS) Indonesia melaporkan bahwa pola konsumsi masyarakat Indonesia telah beralih dari konsumsi produk ke kuliner (BPS, 2012). Selain itu, Binus (2012) menyatakan bahwa kuliner tidak lagi hanya dianggap sebagai pemenuhan kebutuhan tetapi juga telah berubah menjadi gaya hidup. Ditambah dengan bermunculannya berbagai macam jenis makanan dan jajanan inovatif yang dapat diakses dengan sangat mudah beberapa tahun belakangan ini, membuat pemerintah Indonesia semakin sadar akan potensi pertumbuhan sektor ini dan telah mencoba memberikan bantuan dan bimbingan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkecimpung dalam sektor kuliner ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami efektivitas dukungan pemerintah khusus untuk Usaha Mikro lokal di sektor kuliner di sebuah kota di Indonesia, Magelang. Magelang dipilih sebagai lokasi penelitian, karena kota ini dianggap memiliki lingkungan usaha paling kondusif di antara 35 kabupaten dan kota di Jawa Tengah (BPS, 2017). Bank Indonesia juga menempatkan Magelang sebagai wilayah dengan kebijakan UMKM terbaik (BAPPENAS, 2014). Namun realita menunjukkan bahwa banyak pengusaha mikro di bidang kuliner di Magelang tidak tahu dan tidak menerima bantuan atau dukungan dari pemerintah, yang ditunjukkan dari wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini. Selain itu, persentase penutupan restoran yang signifikan di Magelang, terutama untuk restoran mikro dan kecil, kafe, dan pedagang makanan jalanan di tahap awal usaha.

Studi ini mengungkapkan pentingnya pengembangan sektor kuliner bagi pemerintah. Studi ini juga akan memberikan saran kepada pemerintah lokal dan pusat tentang bagaimana

mendukung UMKM dan dukungan apa yang paling dibutuhkan UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini disusun dengan tujuan:

1. Mengungkapkan tantangan dalam pertumbuhan Usaha Mikro di bidang kuliner di kota Magelang, Indonesia;
2. Untuk memahami efektivitas dukungan pemerintah dalam kebijakan dan program terhadap UMKM yang difokuskan pada restoran mikro, kafe, dan pedagang makanan kaki lima di Magelang, Indonesia;
3. Untuk menentukan dukungan utama yang paling dibutuhkan Usaha Mikro tersebut dari pemerintah;
4. Untuk menentukan strategi yang dapat dilaksanakan oleh Usaha Mikro tersebut untuk bertahan dalam industri.

Dari tujuan tersebut, maka disusunlah pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti dibawah ini:

1. Apa kendala terbesar dalam menjalankan usaha kuliner di Magelang, Indonesia?
2. Bagaimana pemerintah mendukung usaha mikro (usaha mikro dan kecil, kafe, dan pedagang makanan kaki lima) untuk mempertahankan eksistensi mereka di industri?
3. Bantuan apa yang paling dibutuhkan oleh usaha tersebut untuk dapat bertahan dalam industri?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Magelang dijadikan objek penelitian dari artikel ini terutama karena Magelang memiliki keunikan tersendiri dibanding kota-kota lainnya dengan jumlah penduduk dan kontur demografi yang hampir sama. Magelang memiliki pertumbuhan ekonomi yang relative positif di Jawa Tengah, yaitu 5,17%. Kota ini juga memiliki tingkat pengangguran yang rendah (7,38%) dan usia produktif yang mendominasi wilayah ini mencapai 94,568 orang dari total 125,676 penduduk. Bahkan, BPS merekap persentasi yang tinggi terhadap dukungan terhadap usaha-usaha kecil di Magelang (DataGo, 2016). Namun, realitas menunjukkan keadaan yang cukup memprihatinkan. Pada industri kuliner dimana penelitian dilakukan, terdapat persentasi penutupan usaha yang relative besar. Fakta lapangan menunjukkan banyaknya usaha kuliner yang gulung tikar di tahap-tahap awal pertumbuhan usaha mereka. Di antara semua restoran, kafe, dan penjual makanan jalanan di Magelang, lebih dari separuh adalah usaha mikro dan kecil yang dapat ditemukan orang di lingkungan mereka.

2.1. Definisi UMKM

Dari data yang dicatat oleh International Organization of Standardization (ISO) pada tahun 2015, ditemukan bahwa, di antara semua usaha di seluruh dunia, 90% adalah UMKM. UMKM ini mempekerjakan sebagian besar tenaga kerja dunia. Oleh karena itu, tenaga kerja

global sangat tergantung pada UMKM, baik dalam mencari pekerjaan dan meningkatkan standar hidup mereka.

Pertama, UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi untuk usaha dan terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan, menciptakan peluang kerja, dan inovasi. Selain itu, UMKM memiliki lebih sedikit kompleksitas dalam struktur, birokrasi, dan efisiensi daripada perusahaan besar. Aspek-aspek ini membuat UMKM lebih menarik bagi pencari kerja dan masyarakat milenial yang selalu inovatif dan mencari fleksibilitas dalam bekerja.

Osteryoung dan Newman (1993) mengategorikan sebuah usaha sebagai usaha kecil berdasarkan beberapa variabel: jumlah karyawan, penjualan tahunan, struktur organisasi, dan aset. Selain itu, Storey dan Greene (2010), dalam bukunya, *Small Business and Entrepreneurship*, menyatakan bahwa usaha kecil dan besar sangat berbeda dalam beberapa hal, seperti ukuran, risiko, kekuatan pasar, motivasi pemilik, strategi perusahaan, inovasi, dan sumber keuangan. Selain itu, ketidakpastian eksternal, di mana usaha kecil lebih dipengaruhi oleh ketidakpastian daripada usaha besar (Storey & Greene, 2010).

UMKM dibagi menjadi tiga jenis usaha: usaha mikro, kecil, dan menengah. Komisi Eropa mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha yang memiliki omset kurang dari £ 2 juta, sementara usaha kecil memiliki omset lebih dari £ 2 juta tetapi kurang dari £ 10 juta, dan usaha menengah memiliki omset antara £ 10 juta dan £ 50 juta (Warehouse, 2012). Pernyataan ini juga ditambahkan dalam laporan yang disampaikan oleh Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD)

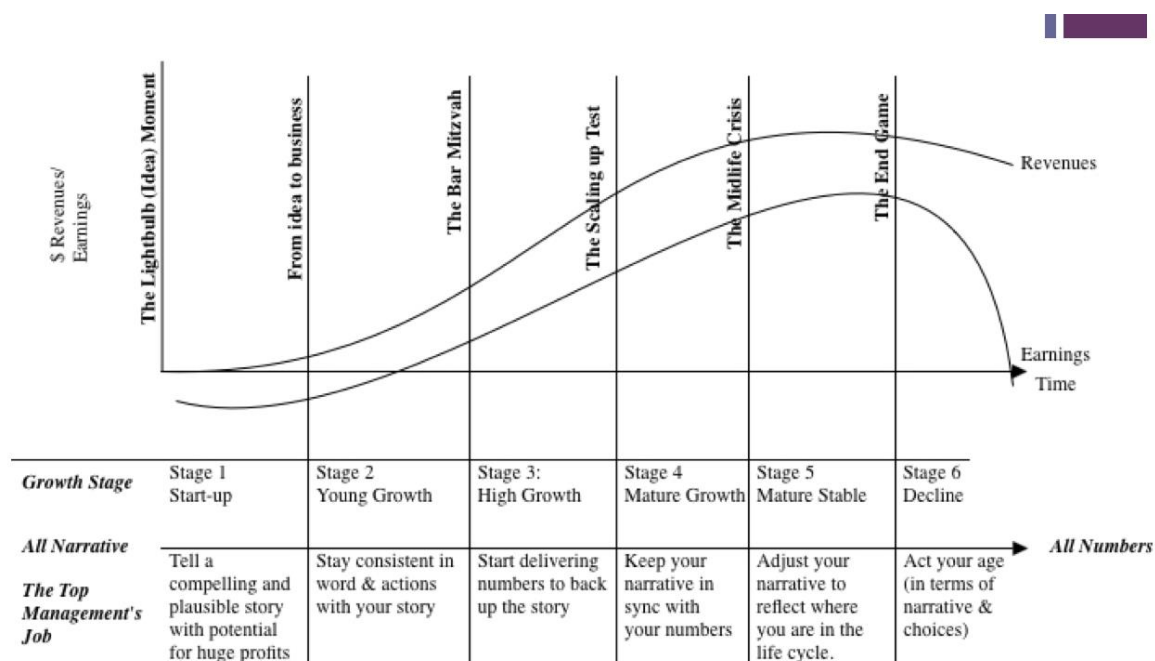
2.2. Pertumbuhan UMKM

Untuk dapat berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM harus mampu menstabilkan pertumbuhan mereka sendiri. Kepemimpinan pasar, pengaruh terhadap pasar, kekuasaan dan kemampuan bertahan hidup, dan kemampuan untuk menarik karyawan yang bermutu adalah beberapa alasan perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan mereka (Vershina, 2017). Storey dan Greene pada tahun 2010 menyatakan bahwa kita dapat mengukur pertumbuhan usaha melalui parameter seperti penjualan, laba, rasio keuangan, pekerjaan, dan pangsa pasar. Mereka menambahkan bahwa usaha yang tumbuh bahkan pada tingkat rendah kemungkinan besar akan tetap bertahan di pasar. Namun, kita dapat menemukan pernyataan menarik di buku tersebut yang menunjukkan bahwa usaha baru dan perusahaan kecil tumbuh lebih cepat daripada perusahaan yang lebih tua atau lebih besar.

Dalam mengukur pertumbuhan suatu usaha, Literature menekankan pada penggunaan Growth Stage Model (Steinmetz, 1969), Greiner (1972), Churchill & Lewis (1983), Scott, M & Bruce L (1987), (Storey & Greene, 2010). Growth stage model adalah diagram yang menunjukkan tahap - tahap pertumbuhan sebuah usaha disertai dengan hambatan, keuntungan dan posisi perusahaan di masing-masing tahap. Penjelasan ini lalu ditambahkan oleh Vershinina (2017) yang menyatakan bahwa model ini menunjukkan bahwa usaha tertentu akan melewati tahap tertentu di mana pendapatan dan waktu penghasilan meningkat sedikit sebelum pasar menurun

Tidak ada batasan waktu khusus untuk suatu usaha untuk melompat dari suatu fase pertumbuhan ke fase lainnya. Peningkatan pertumbuhan usaha makin sulit karena globalisasi, persaingan, dinamika industri, dan pengembangan teknologi yang mengubah siklus hidup industri, mempersingkat masa pakai produk, dan menyebabkan pergeseran yang cepat dalam usaha (Boojihawon, 2017).

Growth Sge Model dapat dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 1. Growth Stage Model (Storey & Greene, 2010).

Teori ini menjelaskan bahwa setiap usaha akan menghadapi enam tahap pertumbuhan. Model ini juga menunjukkan grafik di mana pendapatan dan waktu produktif meningkat selama tahap dan sedikit menurun ketika usaha berada dalam tahap stabil yang matang sampai mencapai pasar yang menurun.

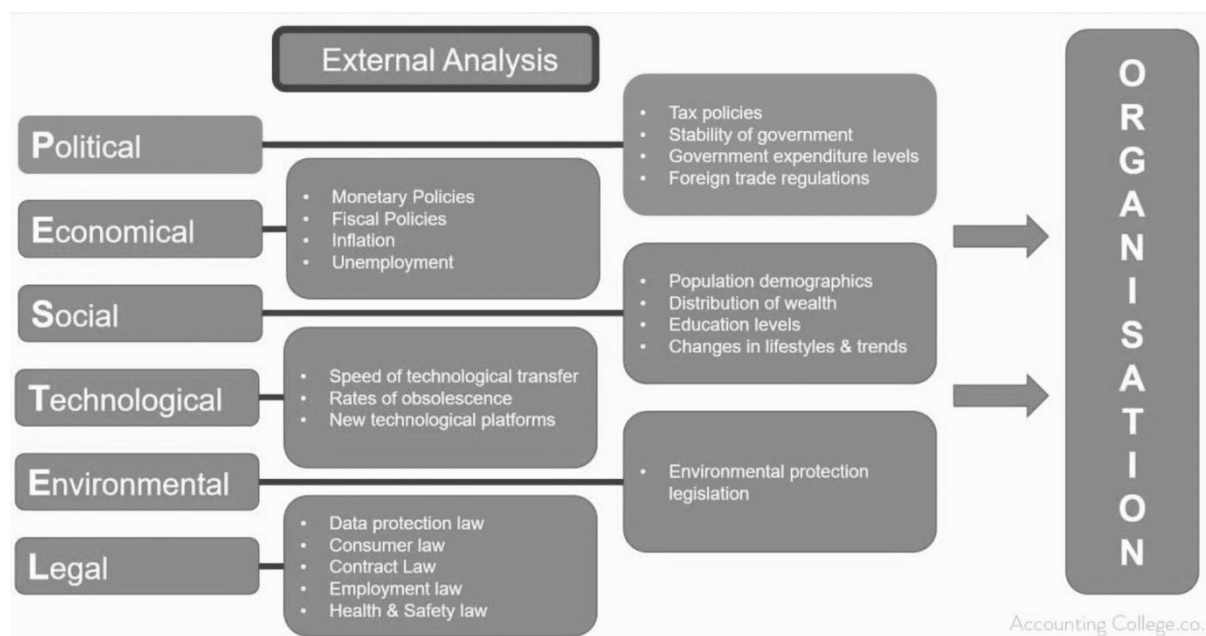
Motif dan latar belakang apa pun yang berada di balik pertumbuhan sebuah usaha, pertumbuhan tersebut penting tidak hanya untuk ekspansi usaha tetapi juga bagi perusahaan untuk bertahan di pasar. Oleh karena itu, tidak peduli seberapa kecil atau seberapa besar perusahaan itu, mereka harus mendorong diri mereka untuk tumbuh.

2.4. Kelangsungan hidup UMKM.

Keberlangsungan hidup UMKM bergantung pada pemilihan strategi pertumbuhan usaha mereka masing-masing. Strategi pertumbuhan yang dipilih harus sesuai dengan lingkungan internal dan eksternal usaha tersebut. Milara (2014) menuliskan bahwa

lingkungan internal perusahaan mencakup seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber daya tersebut. Sumber daya tersebut mencakup semua aset, pengetahuan, karyawan, informasi, proses organisasi, kemampuan, dan kegiatan yang dapat dilakukan usaha, seperti pemasaran, penjualan, promosi, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal perusahaan meliputi situasi ekonomi, politik, sosial, teknologi, dan hukum yang berlaku di negara dimana usaha tersebut berjalan.

Lingkungan eksternal sama pentingnya dengan lingkungan internal. Lingkungan eksternal dapat mengubah cara orang berperilaku dan kebiasaan mereka dalam membeli produk atau menggunakan layanan tertentu. Untuk menemukan ancaman eksternal ini, analisis yang dibuat oleh Prof Francis Aguilar pada tahun 1967 disebut analisis PESTEL adalah kerangka yang cocok karena dapat menggambarkan semua masalah eksternal yang mempengaruhi strategi usaha. Analisis PESTEL dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. analisis PESTEL (Issa et al., 2010).

Seperti yang terlihat di atas, analisis PESTEL terdiri dari enam elemen eksternal: politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, di mana setiap elemen terdiri dari beberapa poin seperti yang dijelaskan dalam gambar. Unsur-unsur eksternal ini memaksa para wirausaha untuk menjadi lebih fleksibel dan mudah beradaptasi untuk bertahan hidup di industri.

Selain itu, UMKM harus mengatasi ketidakpastian dan ketidakstabilan pasar. Ketidakpastian dan ketidakstabilan pasar disebabkan oleh siklus hidup produk yang pendek, siklus desain produk yang pendek, teknologi baru, sering masuk oleh produk / jasa yang tidak terduga, reposisi oleh perusahaan lama, dan redefinisi radikal (Soundararajan, 2016).

Berdasarkan lingkungan internal dan eksternal ini, langkah strategis yang sesuai dapat ditetapkan. Langkah-langkah strategis ini akan dilakukan dengan menggunakan sumber daya internal, dan strategi harus dilaksanakan berdasarkan lingkungan eksternal (Boohawajan, 2017). Strategi yang paling umum diterapkan oleh sebagian besar usaha termasuk inovasi pemasaran dan mengejar keunggulan kompetitif, promosi, dan harga (Naidoo, 2010). Ming Luo dan Fan Chang (2011) menambahkan bahwa integrasi strategi penelitian dan pengembangan internal dan eksternal (R & D) dan mengurangi biaya dan waktu internal juga dianggap sebagai gerakan strategis dalam mengejar pertumbuhan.

Namun, untuk dapat bertahan dalam industri, pertumbuhan bukanlah satu-satunya pertimbangan di mana UMKM harus fokus. Isu penting lainnya yang harus diselesaikan UMKM adalah tantangan, yang (seperti strategi) berasal dari lingkungan internal dan eksternal. Darwanto (2012) berpendapat bahwa kemampuan teknologi rendah, kesadaran rendah ekspansi usaha melalui e-commerce, dan kepemilikan rendah sertifikasi internasional dan nasional dapat menjadi hambatan internal dalam mempertahankan siklus hidup usaha dan bertahan hidup di industri. Akhirnya, tantangan dari lingkungan eksternal dapat berasal dari regulasi, infrastruktur, dan akses pasar (OECD, 2000)

2.7. Pemerintah dan UMKM.

Dalam beberapa dekade terakhir, studi tentang peran pemerintah dalam aktivitas kewirausahaan relative meningkat. Karena kewirausahaan dikategorikan sebagai aktivitas yang heterogen, maka diperlukan kebijakan dan regulasi untuk mengembangkan dan memperkuat posisinya dalam masyarakat (Dhomun, 2014). Pemerintah dianggap sebagai tulang punggung kegiatan kewirausahaan karena perannya yang tak terelakkan dalam proses kewirausahaan.

Setiap pemerintah masing-masing negara jelas menyadari manfaat besar dari pengembangan dan peningkatan jumlah UMKM. Sebagaimana disebutkan di atas, UMKM memberikan beberapa keuntungan bagi pertumbuhan nasional, seperti menyediakan lapangan kerja, membayar pajak, dan valuta asing (Darwanto, 2012). Dengan demikian, untuk mendapatkan keuntungan maksimal, kebijakan dan bantuan diberikan secara luas untuk semua ukuran usaha

dari perusahaan mikro hingga kecil dan menengah.

Smallbone dan Welter (2001) menyatakan bahwa pengaruh pemerintah terhadap UMKM terkait dengan otoritasnya dalam lingkungan kewirausahaan. Pernyataan ini diuraikan oleh Doh dan Kim (2014) yang menyebutkan bahwa pemerintah mempromosikan UMKM dengan menyediakan akses ke teknologi, R & D, kekayaan intelektual (IP), dan keuangan.

Dari penjelasan di atas, penelitian diperlukan untuk memahami dukungan yang harus diberikan pemerintah kepada UMKM. Untuk bertahan hidup di pasar, UMKM tidak bisa berdiri sendiri; mereka membutuhkan bantuan dan dukungan dari pemerintah. Dukungan ini akan mempengaruhi pertumbuhan UMKM dan menghindari kegagalan usaha.

Oleh karena itu, kebijakan dan program yang ditetapkan oleh pemerintah menghasilkan efek yang signifikan bagi UMKM. Bahkan, kebijakan dan program telah disiapkan dan diberikan secara luas kepada UMKM di seluruh Indonesia. Namun, penulis masih dapat dengan mudah menemukan UMKM yang belum pernah menerima dukungan dari pemerintah. Pada akhirnya, masih ada sejumlah besar usaha tertutup di Magelang, terutama usaha baru.

3. METODE PENELITIAN

Creswell (2014) berpendapat bahwa pendekatan penelitian adalah “rencana dan prosedur untuk penelitian yang menjangkau langkah dari asumsi luas hingga metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang terperinci”. Dalam mendefinisikan pendekatan penelitian, tiga pendekatan digunakan untuk menghasilkan kesimpulan dan solusi. Ketiga pendekatan tersebut adalah penelitian kualitatif, kuantitatif, dan metode campuran.

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Kothari (2004) berpendapat bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk menemukan sikap dan perasaan orang dengan menilai pendapat dan perilaku subjektif. Pendekatan ini juga memungkinkan kami untuk mengadakan studi mendalam dan menawarkan sikap yang lebih baik dalam memilih topik yang menarik (Yin, 2011).

3.1. Ukuran Sampel dan Teknik

Data dikumpulkan dengan dua cara: pertama, menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari beberapa organisasi pemerintah di Indonesia, seperti pemerintah daerah Magelang (Pemkot Magelang), Badan Nasional Statistik Kota Magelang (BPS), Koperasi dan Kementerian UMKM Indonesia (Kemenkop UMKM), dan Perdagangan, Koperasi, Industri, dan Lembaga UMKM Magelang (Diskoperindag).

Kedua, data primer didapatkan melalui purposive sampling. Purposive sampling menggunakan subjek yang representatif, dan pengambilan sampel tanpa aturan mengambil sampel tanpa aturan apa pun. Palinkas dkk. (2013) menjelaskan bahwa purposive sampling digunakan untuk mengidentifikasi dan memilih informasi yang terkait dengan minat tertentu. Purposive sampling dianggap metode yang paling efektif untuk mengumpulkan informasi, terutama untuk metode kualitatif (Patton, 2002).

Pengambilan sampel ini dimulai dengan menentukan individu atau kelompok berpengetahuan yang memiliki minat dalam topik yang disukai atau memiliki pengalaman di dalamnya. Pada tahap awal ini, terdapat 54 UMKM yang memenuhi syarat. Sampel lalu dikategorikan berdasarkan jenis dan ukuran usaha. Wawancara secara terstruktur dilakukan pada 20 UMKM yang memenuhi syarat berdasarkan kategori diatas. Pertanyaan terstruktur yang diajukan kepada sampel lalu menghasilkan variabel yang digunakan dalam tahap akhir, yaitu: open-ended questions. Pada tahap akhir ini hanya 12 UMKM yang memenuhi syarat untuk dapat menjadi objek penelitian dalam tahap open-ended questions, sebagaimana tercantum dalam tabel di bawah ini:

No.	Jabatan dalam Perusahaan	Tipe Usaha	Ukuran Usaha	Lama berdirinya usaha
1	Pemilik	Café	Kecil	Kurang lebih 1 tahun
2	Pemilik	Warung Makan	Kecil	20 bulan
3	Pemilik	Café	Kecil	2 tahun 6 bulan
4	Pemilik	Restoran dan Cafe	Kecil	2 tahun 9 bulan
5	Pemilik	Warung Makan	Kecil	15 bulan
6	Pemilik	Restoran dan Cafe	Kecil	Kurang lebih 1 tahun
7	Pemilik	Café	Kecil	2 tahun
8	Pemilik	Warung Makan	Kecil	2 tahun 1 bulan
9	Pemilik	Café	Kecil	Kurang lebih 1 tahun
10	Pemilik	Restoran dan Cafe	Kecil	18 bulan
11	Pemilik	Restoran dan Cafe	Kecil	Kurang lebih 1 tahun
12	Pemilik	Warung Makan	Kecil	2 tahun 3 bulan

Tabel 1. Data Responden (Wirausaha)

Untuk mengukur efektivitas dukungan pemerintah untuk UMKM, terutama di sektor F & B, penulis juga melakukan wawancara mendalam terhadap tiga pejabat publik sebagaimana tercantum dalam tabel di bawah ini.

No.	Asal Instansi	Keterangan
13	BPS	Badan Pusat Statistik kota Magelang
14	Diskoperindag	Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan
15	Pemkot Magelang	Pemerintah Kota Magelang

Tabel 2. Data responden (Pemerintah)

4. Temuan dan Diskus

4.1.1. Motivasi menjadi seorang pengusaha

Ushioda (2013) menyatakan bahwa 'Motivasi harus datang dari dalam diri seseorang daripada dari kekuatan pengendalian eksternal seperti guru atau orang tua. Pernyataan ini membawa dua pesan penting. Pertama, orang tidak dapat bergantung pada motivasi eksternal.

Sebaliknya, itu dipicu dalam individu dan seseorang harus menemukan motivasi mereka sendiri dengan melihat lebih dalam. Sumber motivasi internal dapat didasarkan pada aktivitas yang paling dinikmati orang dan memuaskan. Selain itu, kutipan di atas menunjukkan bahwa motivasi dapat timbul dari faktor eksternal, seperti panutan kita, orang tua, dan lingkungan.

Berkaitan dengan praktek kewirausahaan, Toren (2015) mengungkapkan alasan utama menjadi wirausaha: kemampuan untuk mengontrol jam kerja, memaksimalkan kreativitas, dan belajar lebih banyak dan menjadi lebih mandiri. Di sisi lain, ketersediaan pasar, pesaing yang lebih sedikit, dan peluang serta kesederhanaan yang lebih besar yang diberikan oleh pemerintah dapat menjadi penggerak eksternal untuk menjadi wirausaha (Storey & Greene, 2010).

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh empat orang yang diwawancarai:

Saya ingin memiliki fleksibilitas dalam jam kerja saya dan saya melihat peluang yang menjanjikan dalam industri perhotelan terutama di sektor F & B, yang dapat saya kembangkan lebih untuk menjadi lebih menguntungkan bagi saya. (Responden 1)

Motivasi saya untuk menjadi seorang wirausaha adalah mendapatkan lebih banyak pengalaman dalam praktik kewirausahaan sehingga saya dapat berkembang baik diri saya dan usaha saya ke depan. (Responden 2)

Maksimalkan fungsi ruang saya yang tidak digunakan dengan memanfaatkannya untuk menjadi tempat usaha. Selain itu, minat saya dalam usaha menjadi pemicu untuk memulai usaha ini. (Responden 3)

Saya melihat peluang besar ketika saya memulai usaha ini. Karena kurangnya pesaing di lokasi kafe saya, saya yakin dapat menarik lebih banyak pelanggan. (Responden 4)

Shane dkk. (2003) berpendapat bahwa motivasi dapat muncul dari peluang dalam industri baik di industri baru dan industri yang matang. Selain itu, peluang memiliki potensi besar dalam penandaan keuntungan, sehingga kemampuan untuk menemukan peluang dapat menuntun pengusaha untuk meraih prestasi lebih lanjut.

Terakhir, membandingkan literatur dengan wawancara lapangan, motivasi dalam literatur sejalan dengan hasil wawancara. Motivasi internal, seperti minat dalam usaha, pencapaian, tantangan, dan pembelajaran dan kemandirian, menjadi motivasi utama. Selain itu, motivasi eksternal, seperti ketersediaan modal pendukung (sumber daya keuangan dan nyata) juga dapat menjadi pemicu untuk memulai usaha.

4.1.2. Kegagalan usaha

Menurut Administrasi Usaha Kecil AS (2016), lebih dari 50% usaha kecil gagal pada tahun pertama, dan 95% gagal dalam waktu lima tahun. Data ini menunjukkan bahwa pemahaman

kegagalan usaha adalah substansial tidak hanya untuk pemilik usaha tetapi juga untuk banyak pihak, seperti pemerintah, pemasok, masyarakat, dan sebagainya. Karena kewirausahaan memberikan berbagai keuntungan dari penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan PDB untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kekayaan seseorang, memahami mengapa usaha dapat gagal dan mencegahnya terjadi sangatlah penting.

Pogue (2008) menyoroti bahwa ada empat alasan utama kegagalan usaha. Alasan tersebut mencakup perencanaan usaha yang buruk, manajemen yang buruk, pemasaran yang buruk, dan perencanaan keuangan yang buruk. Titus (2005) menambahkan bahwa kurangnya pengalaman industri, mengabaikan persaingan, pertumbuhan yang tidak terkendali, dan kurangnya keterampilan kewirausahaan menjadi alasan latar belakang kegagalan usaha. Selain itu, aspek lain yang juga dapat menyebabkan kegagalan usaha termasuk mengabaikan kebutuhan pelanggan, karyawan yang tidak kompeten, lokasi yang buruk, dan perencanaan yang tidak memadai (WEC, 2011).

Di sisi lain, Storey dan Greene (2010) menunjukkan bahwa ketidakpastian dalam hal faktor eksternal memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan usaha, terutama untuk perusahaan kecil. Usaha kecil cenderung menghadapi risiko yang lebih besar daripada usaha yang lebih besar. Risiko ini termasuk ketidakpastian pasar, ketidakpastian pelanggan, dan ketidakpastian aspiratif.

Khususnya di sektor F & B di Magelang, Indonesia, latar belakang utama alasan penutupan banyak restoran, kafe, dan penjual makanan jalanan, terutama di tahap awal mereka termasuk ide dan pelaksanaan pemasaran yang tidak sesuai, terlalu banyak item pada menu untuk dijual, kurangnya pengalaman, tidak ada strategi penetapan harga, dan kurangnya modal, layanan, konsep, dan dukungan (Nina, 2014). Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan target yang diwawancarai menyampaikan beberapa alasan di balik kegagalan usaha, yang juga sejalan dengan literatur.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh empat orang yang diwawancarai:

Dalam pandangan saya, alasan sebuah usaha tutup adalah karena pemilik menyerah dan kehilangan harapan terlalu cepat. Selain itu, ketidakpastian pelanggan terkadang menipu pemilik perdagangan karena hubungannya dengan penjualan dan laba. (Responden 5)

Banyak alasan dapat menyebabkan kegagalan usaha, yaitu, layanan yang tidak memuaskan, gagal dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, menetapkan harga yang lebih tinggi daripada pesaing, kurangnya inovasi, dan kurangnya kontrol. (Responden 6)

Kualitas, layanan, dan manajemen diperlukan untuk usaha. Kurangnya mereka berpotensi menghasilkan usaha yang gagal. (Responden 9)

Keberlangsungan suatu usaha sangat bergantung pada hasrat pemilik dalam menjalankan usahanya. Selain itu, ketekunan, kerja keras dan manajemen adalah kunci untuk mempertahankan usaha. Tanpa ini, usaha tertentu akan sulit bertahan di pasar. (Responden 12)

4.1.3. Dukungan pemerintah

Peran pemerintah dalam meningkatkan tingkat kewirausahaan secara signifikan sangat besar. Ada dua kunci utama yang membuat karakter ini tak tergantikan. Pertama, peran pemerintah sebagai regulator dan, kedua, sebagai pendukung pengembangan UMKM baik dalam keuangan dan pemasaran.

Pada tahun 2015, Bank Indonesia menempatkan pemerintah pada posisi teratas hirarki kewirausahaan karena perannya yang signifikan bagi pengusaha. Posisi ini diikuti oleh perusahaan pendanaan yang mendukung dan memfasilitasi lembaga (Sari et al., 2015). Terlebih lagi, pada tahun 2016, Presiden Indonesia menyebutkan dalam sebuah pidato bahwa ada empat proyek utama yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk meningkatkan kapasitas UMKM di Indonesia. Proyek-proyek tersebut meliputi pelatihan manajemen dan kompetensi, pelatihan kewirausahaan bagi 18.770 calon wirausaha di 34 provinsi, modal awal untuk 4.326 pemula pengusaha, dan peningkatan kualitas produk dengan membantu dalam sertifikasi nasional dan internasional, merek dagang, sertifikat halal, dll.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia lebih tinggi dari negara-negara tetangganya, seperti Thailand, Malaysia, Filipina, dan sebagainya. Namun, kontribusi UMKM untuk ekspor masih lebih rendah dari negara-negara ini (Sari et al., 2015). Selain itu, UMKM di Indonesia masih kurang berkembang dibandingkan negara lain karena latar belakang pendidikan sebagian besar pemilik UMKM, yang hanya sekolah dasar (Wahyuningsih, 2009).

Latar belakang pendidikan hanyalah salah satu tantangan yang dihadapi oleh industri ini. Pemerintah memiliki tanggung jawab yang berat dalam mendukung sebanyak mungkin UMKM. Dengan jumlah penduduk Indonesia, yang mencapai sekitar 250 juta pada tahun 2015 (GERA, 2016) dan penghalang demografi karena 13,466 pulau (National Geographic, 2012), dukungan ini menghadapi banyak kendala. Bahkan, pada tahun 2014, BAPPENAS mencatat bahwa di antara 5.000 UMKM di Magelang, hanya 800 yang mendapat dukungan dari pemerintah. Data ini didukung oleh temuan dari wawancara mendalam di mana tidak semua responden telah menerima bantuan dari pemerintah.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh empat orang yang diwawancarai:

Saya sadar tentang kebijakan dan program pemerintah untuk UMKM. Namun, saya belum menerima dukungan apa pun dari mereka, dan saya belum punya rencana untuk mencari bantuan mereka. Namun demikian, ada baiknya untuk mempertimbangkan perencanaan masa depan kita. (Responden 1)

Saya tidak tahu tentang kebijakan dan program apa pun dalam membantu UMKM, dan tidak ada informasi yang ditawarkan dan sosialisasi dari pemerintah. (Responden 4)

Tidak ada ide. Tidak ada petugas umum yang mengunjungi dan menawarkan bantuan. Suatu kali, mereka datang ke sini tetapi hanya menanyakan tentang pembayaran pajak dan retribusi iklan saya. (Responden 7)

Sebenarnya, kami tahu tentang program dan kebijakan. Namun, dalam praktiknya, tidak ada program dan kebijakan khusus untuk membantu kami. Kami memulai usaha dengan murni menggunakan kekuatan kami sendiri. Bahkan, petugas publik lokal hanya datang ketika usaha kami mulai berjalan dengan baik untuk mengumpulkan pajak dan retribusi iklan. (Responden 10)

Dibandingkan dengan literatur, pemerintah telah mencoba beberapa langkah dalam membantu UMKM. Namun, dengan jumlah penduduk yang besar dan jumlah UMKM yang cukup besar di Indonesia dan dengan anggaran terbatas yang disediakan untuk UMKM, sulit untuk menutupi dan membantu semua UMKM.

4.1.4. Dukungan utama yang dibutuhkan oleh UMKM

Lewis (2014) menjelaskan bahwa ada banyak usaha yang mencari bantuan tetapi bingung oleh berbagai inisiatif dan akhirnya menyerah mencari bantuan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah harus memiliki sinergi yang kuat dengan pihak-pihak terkait untuk memberikan dukungan terbaik untuk UMKM (Ragimun & Wijayanti, 2014). Selain itu, pemerintah perlu bekerja keras untuk mengkonsolidasikan bantuannya dan membuatnya lebih mudah bermanuver (Annesley, 2016). Namun, dalam praktiknya, UMKM memiliki beragam kebutuhan untuk meningkatkan usaha mereka. Berdasarkan wawancara mendalam, pemilik usaha membutuhkan lebih banyak dukungan untuk operasi usaha mereka.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh empat orang yang diwawancarai:

Bantuan utama yang kami perlukan untuk memperluas usaha kami sejauh ini termasuk pendanaan tambahan untuk meningkatkan operasi kami, menyederhanakan prosedur perizinan, dan sebagian besar, menolak tuduhan ilegal oleh petugas publik. (Responden 3)

Hal-hal utama yang kita butuhkan sejauh ini adalah dukungan pemerintah dalam menyediakan pusat kuliner di lokasi yang strategis, yang bisa disewa harian atau bulanan. Selain itu, kita perlu pemerintah untuk mengendalikan bahan baku yang diperlukan untuk operasi usaha. (Responden 5)

Ada dua kekhawatiran tentang perluasan usaha ini yang memerlukan bantuan dari pemerintah. Mereka adalah bantuan dalam promosi dan periklanan dan juga bantuan dalam memperluas usaha. (Responden 8)

Jenis bantuan yang kami minta dari pemerintah adalah pendanaan akses ke UMKM, ketersediaan tempat parkir, dan keamanan dari tuduhan ilegal dan premanisme. (Responden 12)

Seperti yang terlihat pada hasil wawancara mendalam di atas, setiap usaha memiliki prioritasnya sendiri dalam bentuk dukungan. Oleh karena itu, untuk mengatasinya, pemerintah

memerlukan sinergi untuk menyediakan pendanaan dan dukungan dan untuk memfasilitasi organisasi, dll. Terakhir, untuk mengatasi pemilihan kebutuhan UMKM, pemerintah harus mendiskusikan kebutuhan dengan institusi yang berbeda.

4.1.5. Strategi untuk bertahan di pasar

Drucker (1999), dalam bukunya, Inovasi dan Kewirausahaan, mengusulkan bahwa strategi dalam mempertahankan pasar sangat bergantung pada kepemimpinan usaha dan peniruan kreatif yang direncanakan oleh UMKM. Kepemimpinan memiliki pengaruh besar pada usaha karena pentingnya dalam memimpin usaha ke depan dan menetapkan target usaha berikutnya. Sementara itu, imitasi kreatif berarti bahwa UMKM dapat memasuki pasar yang mapan dan menjadi kreatif untuk mengatur usaha mereka sendiri yang berbeda dari pesaing mereka.

Strategi mempertahankan usaha berbeda dari satu usaha ke usaha lainnya. UMKM telah menetapkan strategi mereka sendiri tergantung pada lingkungan mereka, pesaing, sumber daya internal, dan peluang pasar. Berikut adalah beberapa strategi yang ditemukan dari wawancara mendalam.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh orang yang diwawancarai:

Ada empat langkah strategis yang kami ambil untuk mempertahankan posisi kami di pasar: pertama, mengevaluasi neraca, produk, layanan, dan kepuasan pelanggan, kedua, menambahkan variasi produk di menu berdasarkan tren pasar, ketiga, media sosial promosi, dan, terakhir, mendirikan perusahaan dengan komunitas dan lembaga pemerintah / swasta. (Responden 4)

Tidak ada strategi khusus. Kami hanya mencoba yang terbaik untuk memberikan layanan terbaik dan produk kualitas terbaik kepada pelanggan. (Responden 6)

Mempromosikan dan mengatur acara terbukti sebagai strategi terbaik sejauh ini. Beberapa acara diskon khusus untuk siswa atau diskon khusus pada setiap hari libur nasional atau kompetisi untuk makan makanan pedas tanpa minum air. Peristiwa ini selalu menarik bagi semua usia pelanggan. Selain itu, hubungan dan komunikasi yang baik antara pemilik dan pelanggan harus diperkuat dengan baik, dan itu terbukti karena saya mendapat banyak umpan balik, kritik, dan saran dalam mengemangkan usaha saya. (Responden 7)

Berdasarkan wawancara, strategi umum dapat diatur agar UMKM dapat bertahan di pasar. Namun demikian, strategi ini harus sesuai dengan realitas kondisi di mana usaha ini didirikan karena setiap usaha akan menghadapi kendala yang berbeda karena kondisi eksternal lokasi usaha mereka.

4.1.6. Saran untuk pemerintah

Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia (2017) melaporkan bahwa selalu ada kemajuan yang lebih baik dalam kebijakan dan program selama bertahun-tahun yang bertujuan untuk pengembangan UMKM di Indonesia. Pemerintah sendiri selalu terbuka untuk saran

perbaikan dari semua pihak' tambah juru bicara kementerian. Selain itu, seperti yang disebutkan sebelumnya, karena jumlah UMKM yang besar di Indonesia, kebijakan dan program belum diterima oleh semua UMKM.

Di sisi lain, UMKM memiliki saran sendiri kepada pemerintah untuk meningkatkan layanan pemerintah kepada UMKM. Di bawah ini adalah beberapa gagasan yang diperoleh dari wawancara mendalam.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh empat orang yang diwawancarai:

Hilangkan pungutan ilegal dan budaya memberi-dan-menerima antara pejabat publik dan kami sebagai pemilik usaha. Sebagian besar, kita membutuhkan pemerintah untuk menyederhanakan izin dan proses hukum. (Responden 5)

Saya pikir pemerintah lokal dan pusat harus lebih peduli dengan UMKM, misalnya dengan mengundang kami untuk pelatihan, diskusi, dan berbagi kisah sukses dari pengusaha sukses lainnya. Selanjutnya, dukungan pendanaan sangat penting bagi kami untuk mengembangkan usaha kami. Terakhir, sederhanakan izin legal dan lainnya yang diperlukan. (Responden 6)

Kami membutuhkan keseimbangan antara dukungan yang diberikan oleh pemerintah dan pajak yang kami bayar. Sebagian besar, petugas publik hanya datang untuk mengambil pembayaran pajak kami. Saya tidak pernah mendapatkan kunjungan pemerintah untuk menawarkan bantuan kepada kami. (Responden 9)

Saran saya kepada pemerintah daerah dan pusat adalah untuk lebih memperhatikan para pengusaha muda di kota karena, menurut saya, kemajuan daerah tertentu sangat didukung oleh kreativitas para pemuda. Kerjasama secara bersamaan dalam bentuk pusat kreatif, misalnya, diperlukan, di samping itu, suntikan modal dengan bunga kecil sangat membantu bagi kaum muda untuk mengembangkan usaha mereka. (Responden 10)

4.2 Wawancara Pemerintah

Mendapatkan dukungan dari pemerintah dapat memperkuat aset UMKM, meningkatkan pengetahuan kewirausahaan tentang industri dan keterampilan, memungkinkan akses ke pasar, membantu pertumbuhan usaha, dan banyak lagi. Smallbone dan Welter (2001) berpendapat bahwa, meskipun UMKM dapat tumbuh dan bertahan, tanpa dukungan dari pemerintah, jumlah UMKM akan terbatas dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi akan rendah.

Tidak diragukan lagi, peran pemerintah dalam memberdayakan UMKM diperlukan untuk UMKM baik di tahap awal dan matang. Dengan memberdayakan UMKM, pemerintah akan dapat memperoleh keuntungan maksimal dan mengamankan UMKM, pemberdayaan usaha mikro, dan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif untuk memperluas UMKM (Ragimun & Wijayanti, 2014).

Pada 2016, PDB Magelang dari akomodasi dan sektor F & B mencapai Rp 31.741.120 dan mempekerjakan sekitar 36,53% dari populasi (Statistik, 2016). Badan Nasional Statistik

Magelang (BPS Kota Magelang) pada 2015 juga mencatat persentase pendudukan penduduk berdasarkan jenis kelamin, yang dijelaskan pada Tabel 3.

No	Occupation	Gender		Total
		Male	Female	
1.	Solopreneurs	9.52	11.65	21.16
2.	Entrepreneurs with unpaid employees	4.75	3.61	8.36
3.	Entrepreneurs with paid employees	2.80	1.52	4.32
4.	Employee / Labour	30.43	21.48	51.92
5.	Freelance	4.16	0.38	4.54
6.	Unpaid employee / Volunteer	3.14	6.57	9.71
	Total	54.80	45.20	100,00

Tabel 3. Presentase penduduk Kota Magelang (BPS, 2015)

Sebagaimana ditunjukkan dalam tabel di atas, lebih dari setengah populasi Magelang adalah karyawan baik di sektor publik maupun swasta. Namun, persentase pengusaha juga cukup tinggi. Selain itu, jumlah solopreneur telah mencapai seperlima dari total populasi. Persentase pengusaha dengan karyawan yang tidak dibayar telah sedikit meningkat 2,38% dari 5,78% pada tahun 2014. Pengusaha dengan karyawan yang dibayar juga meningkat 0,30% dari 4,29% pada tahun 2014 (BPS, 2014). Pada tahun yang sama, data statistik lebih lanjut mengidentifikasi bahwa UMKM di Magelang mencapai 5.012 unit di mana 800 telah berhasil mendapatkan pinjaman bank. Dari jumlah tersebut, lebih dari setengah atau sekitar 2.868 unit telah dilatih / dilatih oleh pemerintah lokal dan menjadi usaha yang dipimpin pemerintah (Diskoperindag, 2014).

Meskipun ada kecenderungan peningkatan UMKM di Magelang, membuka usaha baru dan mempertahankan usaha dalam industri tidak dapat dijalankan hanya oleh pemilik dan manajemen usaha. Selain itu, peran pemerintah, dalam hal ini, sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha, dan salah satu cara pemerintah dapat membantu UMKM adalah dengan memberi mereka dukungan keuangan. Pada 2013, Kraja dan Osmani menerbitkan sebuah makalah di mana mereka menggambarkan bahwa sumber vital utama untuk UMKM adalah akses ke sumber keuangan.

Namun demikian, dukungan pemerintah seharusnya tidak terbatas hanya pada sektor keuangan. Berbagai kebijakan dan program harus dilaksanakan untuk mendukung UMKM, seperti pengembangan kapabilitas, inkubasi usaha, hubungan pengusaha, akses pasar, dan sebagainya (OECD, 2016). Mendapatkan dukungan dan pengakuan dari pemerintah menjadi

manfaat nyata bagi UMKM untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha mereka di industri.

Di sisi lain, pemerintah lokal dan pusat didorong untuk menetapkan beberapa kebijakan untuk memfasilitasi pertumbuhan UMKM. Peran dari kebijakan ini adalah untuk memimpin ekspansi UMKM sehingga mereka dapat bertahan di pasar yang kompetitif. Beberapa kebijakan, seperti pengurangan pajak dan izin usaha, hanyalah contoh umum dari kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Secara khusus, masih banyak kebijakan lain yang dapat dibuat tergantung pada kebutuhan UMKM di sektor-sektor tertentu. Kantor Audit Nasional Inggris (2016) menyarankan bahwa kebijakan yang cocok untuk pengembangan UMKM termasuk kebijakan untuk memasukkan UMKM di sektor pasar publik dan kebijakan untuk mengurangi hambatan dalam penawaran untuk pekerjaan sektor publik. Pemerintah juga dapat membantu UMKM dalam akses pasar, infrastruktur, siklus usaha, dan meningkatkan partisipasi UMKM dalam rantai nilai global (Sari et al., 2015).

Akhirnya, berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh dari orang yang diwawancarai, baik pemerintah lokal dan pusat telah memberikan bantuan. Oleh karena itu, ada korelasi antara sastra dan fakta.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh beberapa orang yang diwawancarai:

Data kami menunjukkan tren peningkatan praktik kewirausahaan di Magelang selama bertahun-tahun. Dan korelasi dengan itu, persentase kemiskinan juga menurun. Ini adalah tanda yang sangat bagus (Responden 13)

Magelang berada di jalur yang benar sekarang. Investasi terbuka, pengurangan kemiskinan yang dramatis dan infrastruktur yang prima membuat Magelang memiliki tingkat daya saing yang lebih tinggi dan membuat kota ini memiliki potensi UMKM terbaik dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Tengah. (Responden 15)

4.2.2. Program

Pada tahun 2011, UMKM di Indonesia berkontribusi 61,9% terhadap PDB melalui pajak. Dalam persentase ini, usaha mikro berkontribusi 36,28%, usaha kecil berkontribusi 10,9%, dan perusahaan menengah berkontribusi 14,7% (Sudaryanto et al., 2014). Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan potensi itu, baik pemerintah lokal dan pusat sangat ingin mempromosikan kegiatan kewirausahaan kepada masyarakat, menarik masyarakat untuk menjadi bagian dari kegiatan, meluncurkan banyak program untuk menciptakan wirausahawan baru, mempertahankan siklus hidup usaha, dan memperluas cakupan usaha.

Seperti disebutkan, UMKM menghadapi beberapa tantangan dalam mengejar pertumbuhan dan eksistensi mereka. Untuk membantu UMKM mengatasi tantangan ini, pemerintah telah menetapkan berbagai program yang bertujuan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM.

Untuk menghadapi masalah keuangan, pemerintah menyediakan skema kredit yang disebut Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang merupakan program unggulan dari kementerian koperasi dan UMKM. KUR diberikan kepada UMKM yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan dengan bunga rendah. KUR adalah dukungan keuangan utama yang diberikan oleh pemerintah Indonesia kepada UMKM yang tak terhitung jumlahnya. Sebagai bagian dari itu, mantan presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, meluncurkan lembaga swasta pada tahun 2007 yang berfokus pada pendanaan UMKM yang disebut PT. PNPM Mandiri (Bank, 2012). Lembaga ini fokus dalam membantu UMKM di bidang keuangan untuk UMKM yang dipimpin pemerintah, menyediakan layanan non-keuangan dan program kemitraan.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh orang yang diwawancarai:

PNPM adalah program yang bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan berhasil mengurangi tingkat kemiskinan, terutama di sektor pedesaan. PNPM digunakan untuk membuka usaha mikro dan kecil baru dan membantu pemilik untuk mempertahankan kehidupan [usaha]. (Responden 14)

Kami sedang mengembangkan bantuan dana bergulir atau kredit dari Institut Manajemen Dana Bergulir. Selain itu, KUR dan kredit / modal kerja dan / atau fasilitas investasi untuk usaha mikro kecil dan menengah di bidang usaha produktif yang layak tetapi tidak bankable dengan batas kredit hingga Rp500 juta diberikan secara luas kepada pengusaha di semua bidang. dari Indonesia. (Responden 15)

Selain KUR dan PNPM, pemerintah juga menawarkan pendanaan lain, seperti Kredit Ketahanan Pangan dan Energi (KKPE), yang berfokus pada usaha berbasis pangan dan energi, kredit Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP), yang berfokus pada pertanian. usaha berbasis, dan Kredit Usaha Pembibitan Sapi (KUPS), yang difokuskan pada bibit sapi.

Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya keterampilan manajerial dan kewirausahaan bagi pemilik usaha; dengan demikian, pemerintah mengatur pembinaan manajemen untuk jaringan kompetensi dan pemasaran.

Berikut ini adalah komentar yang dibuat oleh orang yang diwawancarai:

Produktivitas rendah, kompetensi terbatas, seperti penguasaan teknologi rendah dan keterampilan manajerial, menjadi tantangan besar bagi pemilik UMKM. Jadi, pemerintah membantu mereka tidak hanya dalam pendanaan tetapi semua bagian dukungan untuk usaha. (Responden 15)

Selain menjaga kualitas, UMKM dituntut untuk tepat waktu dalam proses produksi dan mampu melakukan produksi massal untuk memenuhi kebutuhan pasar. Lembaga kami bertanggung jawab untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM dan kami tidak akan berhenti melakukan hal itu. (Responden 14)

4.2.3. Kebijakan

Program bukanlah satu-satunya bantuan yang diberikan oleh pemerintah kepada UMKM dan pengusaha. Selain itu, kebijakan lain telah ditetapkan dan diperkuat untuk mendukung keberadaan usaha dari semua ukuran. Kebijakan, seperti pengurangan pajak dan pembebasan pajak, telah diterapkan untuk membantu UMKM. Koperasi dan Kementerian UMKM terus mengurangi persentase bunga KUR, di mana ia mengurangi tingkat bunga dari 22% menjadi 12% dan kemudian menjadi 9% pada tahun 2016 (UMKM, 2017).

Komentar berikut dibuat oleh orang yang diwawancarai:

Perubahan besar-besaran dalam kebijakan KUR menciptakan peluang besar bagi para praktisi UMKM untuk memperluas usaha mereka. Dan, di sisi lain, kebijakan ini membantu pertumbuhan usaha mikro dan kecil baru di seluruh Indonesia termasuk di kota Magelang. (Responden 6)

Koperasi dan Kementerian UMKM telah membentuk kebijakan yang harus dikomunikasikan, diterapkan, dan dikejar oleh setiap pemerintah daerah di Indonesia. Kebijakan utama adalah KUR, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan akses pasar serta mendukung partisipasi adil internasional. KUR bukanlah dukungan final yang diberikan pemerintah. Pada 2016, pemerintah meluncurkan KUR Berorientasi Ekspor (KURBE). Ini adalah versi terbaru dari KUR, di mana KUR fokus pada usaha yang berorientasi ekspor.

Sudahlah jelas, kebijakan keuangan adalah bantuan utama bagi usaha untuk berkembang. Namun, itu bukan satu-satunya bantuan yang dibutuhkan. Selain itu, pemerintah Indonesia juga menghasilkan kebijakan lain untuk melayani UMKM. Kebijakan termasuk akses ke layanan dukungan, transfer teknologi dan teknologi, perluasan pasar internasional, dan promosi pendidikan kewirausahaan. yang memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan kebijakan pendanaan.

Selain itu, pada tahun 2015, Bank Indonesia merilis Indeks Kebijakan Asosiasi Negara-negara Asia Tenggara (ASEAN) dalam dukungan kewirausahaan, termasuk negara-negara di Asia Tenggara yang menjadi anggota ASEAN dan dukungan kebijakan di negara mereka. Dalam kebijakan kerangka kerja institusional, Indonesia dinilai 4,4 dan ditempatkan di posisi ketiga di antara 10 negara ASEAN. Mengenai indikator pada akses ke layanan dukungan, Indonesia dinilai 4.0 dan diposisikan di tempat ketiga untuk indikator ini serta untuk promosi pendidikan kewirausahaan. Selanjutnya, Indonesia menempati urutan keempat dalam transfer teknologi dan teknologi, dan kelima dalam ekspansi pasar internasional. Namun, Indonesia menempatkan kedelapan dalam representasi yang lebih efektif dari kepentingan UMKM. Penjelasan lengkap tentang Indeks Kebijakan ASEAN ada di bawah (Tabel 4).

No.	Indikator	BRN	CAM	IND	LAO	MMR	MYS	PHL	SGP	THA	VNM	ASEAN
1	<i>Institutional Framework</i>	2.6	2.6	4.4	2.6	2.9	4.6	3.7	5.4	3.9	3.8	3.7
2	<i>Access to Support Services</i>	3.3	2.4	4.0	2.3	2.7	4.8	3.8	5.4	3.8	3.6	3.6
3	<i>Cheaper and Faster Start up</i>	3.1	2.1	4.4	2.7	2.9	4.8	3.0	5.0	4.2	4.1	3.6
4	<i>Access to Finance</i>	3.0	2.5	4.3	2.5	2.1	4.6	3.6	5.6	4.3	3.4	3.6
5	<i>Technology and Technology Transfer</i>	3.2	1.9	3.8	2.0	2.4	4.9	3.6	5.6	4.3	3.6	3.5
6	<i>International Market Expansion</i>	3.2	3.3	4.2	3.1	3.3	5.0	4.4	6.0	4.7	4.0	4.1
7	<i>Promotion of Entrepreneurial Education</i>	3.0	2.1	3.9	2.3	2.9	4.2	3.7	5.0	3.1	2.9	3.3
8	<i>More effective representation of SME's interest</i>	2.3	2.5	3.0	3.0	4.5	5.7	4.7	5.0	4.4	4.0	3.8

Tabel 4. Kebijakan Kerangka Kerja Institusional

Kesimpulan

5.1. pengantar

Meskipun UMKM memberikan berbagai hak istimewa bagi pengusaha dan masyarakat, banyak kendala yang dihadapi untuk mendapatkan keuntungan tersebut. GEI mengklaim bahwa usaha dalam tahap awal mereka mengalami kesulitan dalam pertumbuhan dan mayoritas akan tutup sebelum mereka melompat ke tahap berikutnya (Index, 2017). Melihat masalah ini, pemerintah Indonesia telah menciptakan banyak kebijakan dan program pendukung yang membantu UMKM dalam mengejar pertumbuhan mereka.

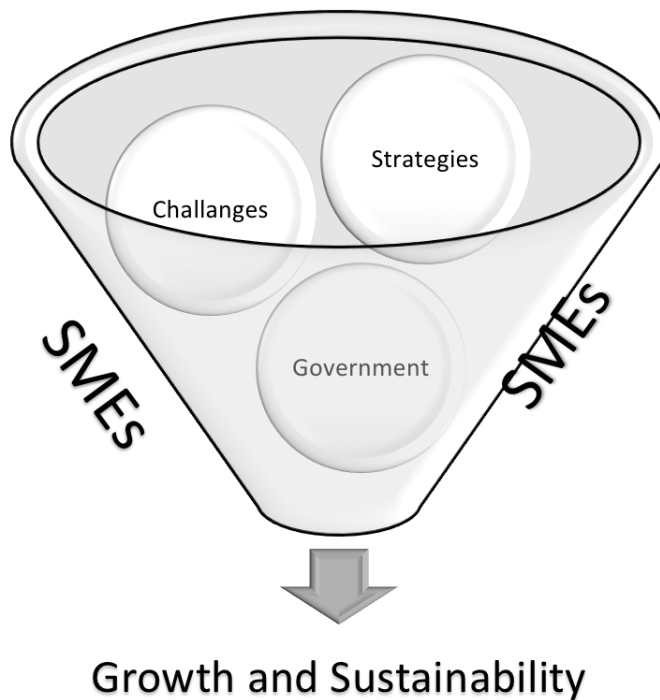
Berdasarkan tujuan penelitian dari penelitian ini, yaitu:

1. Menentukan tantangan untuk mengejar pertumbuhan UMKM di Magelang, Indonesia;
2. Untuk memahami efektivitas dukungan pemerintah dalam kebijakan dan program terhadap UMKM yang difokuskan pada restoran mikro dan kecil, kafe, dan pedagang makanan kaki lima di Magelang, Indonesia;
3. Untuk menemukan dukungan utama UMKM paling membutuhkan dari pemerintah;
4. Untuk menentukan strategi yang dapat dilaksanakan oleh UMKM untuk menjadi berkelanjutan di pasar.

Dapat disimpulkan bahwa UMKM tidak dapat berdiri sendiri. Dukungan pemerintah sangat penting untuk membantu UMKM mengejar pertumbuhan, memperluas usaha, dan mempertahankannya di pasar. Namun, sebelum membantu UMKM, pemerintah harus peka, sadar, dan memahami praktik wirausaha dan wirausahawan. Bantuan dan saran tidak dapat

diberikan secara luas dan umumnya kepada semua UMKM, tetapi perlu disesuaikan dan beradaptasi dengan apa yang UMKM butuhkan.

Setelah menganalisa data dan informasi yang dikumpulkan, penelitian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan antara tantangan yang dihadapi oleh UMKM, strategi yang diadopsi oleh UMKM, dan pemerintah sebagai tulang punggung UMKM untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, sebagaimana diwakili dalam gambar di bawah.



Gambar 3. Elemen pertumbuhan dan kelangsungan hidup usaha mikro

5.2. Tantangan yang Dihadapi oleh UMKM untuk Bertahan Hidup di Industri

Penting untuk diingat bahwa tantangan yang dihadapi UMKM berasal dari sumber internal dan eksternal. Wawancara yang dilakukan sebagai bagian dari penelitian ini mengungkapkan bahwa para pengusaha di Indonesia menghadapi masalah internal, seperti tidak siap menghadapi kegagalan usaha, mudah menyerah, kurang komitmen, dan pengalaman terbatas dalam praktik usaha. Faktor internal tersebut menyertai faktor eksternal, seperti kurangnya inovasi, kurangnya layanan prima, kurangnya kualitas, dan ketidakpastian di pasar.

Selain tantangan ini, bagaimana mengelola arus kas untuk mendanai usaha juga termasuk dalam isu-isu utama yang dihadapi oleh UMKM. Mengelola dan meramalkan arus kas menjadi penting karena memungkinkan usaha untuk mengidentifikasi kekurangan dalam

saldo kas, mengawasi pendapatan dari usaha, dan memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya (Turnbull, 2015).

Faktor internal tambahan, seperti teknologi, sistem, dan SDM yang terampil, membawa banyak keuntungan dan juga dapat membahayakan usaha. Ketika sebuah usaha tidak mengembangkan teknologi, sistem, dan karyawannya, itu lebih mungkin gagal dalam mempertahankan dan mengejar pertumbuhannya karena kurangnya sumber daya dan kemampuan, sebagai senjata paling kuat dalam menetapkan strategi perusahaan.

Terakhir, tantangan yang berasal dari faktor eksternal dianggap substansial dalam upaya untuk mencapai keberlanjutan di pasar. Tantangan eksternal yang dipertimbangkan dalam penelitian ini termasuk akses terbatas ke modal dan pasar, kerumitan dalam prosedur birokrasi dalam memperoleh izin usaha, kesulitan dalam pemasaran dan distribusi, kesulitan dalam memperoleh bahan baku murah, dan tingginya frekuensi pungutan liar yang dikenakan oleh pejabat publik. Selain itu, Sari dkk. (2014) menambahkan infrastruktur, kurangnya partisipasi dalam rantai nilai global, dan konteks hukum sebagai faktor eksternal yang dapat menyebabkan masalah bagi UMKM, mendukung hasil penelitian ini. Ini jelas merupakan masalah utama yang membutuhkan intervensi negara.

5.3. Strategi yang Diadopsi untuk Bertahan Hidup di Industri

Untuk mengatasi tantangan dan mengejar pertumbuhan, Hamdani (2015) menyarankan bahwa UMKM seharusnya tidak hanya berpikir tentang menjual produk mereka tetapi juga harus merencanakan mengenai strategi untuk meningkatkan pendapatan mereka dan memperluas siklus hidup produk. Selain itu, di era modern ini di mana persaingan semakin intensif, media sosial dan Internet memainkan peran kunci dalam usaha; karena siklus hidup suatu produk memendek, memiliki strategi umum tidak cukup untuk bertahan hidup di pasar.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa memiliki strategi dalam menjalankan usaha diperlukan untuk semua pengusaha. Setiap pengusaha mengatur strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mereka hadapi. Wawancara menunjukkan bahwa, meskipun memiliki strategi umum seperti memberikan layanan terbaik dan kualitas terbaik, pengusaha juga menetapkan strategi lain yang sesuai dengan lingkungan mereka. Strategi yang dikembangkan oleh orang yang diwawancarai termasuk mengevaluasi produk, layanan, dan kepuasan pelanggan, mengevaluasi neraca, mendiversifikasi produk / menu yang disajikan, promosi media sosial, kerjasama dengan masyarakat dan pemerintah dalam mengatur acara, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Sehubungan dengan ini, Sukesti dan Iriyanto (2011) mengusulkan bahwa strategi pengembangan UMKM harus mencakup strategi dalam aspek manajerial, strategi dalam akses pasar, strategi dalam sumber daya modal, strategi dalam kemahiran teknologi, dan SDM. Strategi dapat diimplementasikan dengan meningkatkan pengetahuan manajerial dengan berpartisipasi dalam pelatihan, melakukan promosi e-commerce, berpartisipasi dalam pameran-pameran, meningkatkan jaringan usaha dan produktivitas, dan terlibat dalam lokakarya.

Kesimpulannya, UMKM tidak bisa hanya memiliki strategi umum dalam menjalankan usaha mereka untuk pertumbuhan dan keberlanjutan. Bahkan, strategi harus fleksibel untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dari segala jenis. Oleh karena itu, strategi harus dinamis. Strategi dinamis didasarkan pada argumen Soundararajan (2016), mengacu pada cara perusahaan mempertahankan keunggulan kompetitifnya melalui sumber daya dan kemampuannya dari waktu ke waktu. Dalam prakteknya, strategi pertumbuhan harus terus berubah berdasarkan perubahan lingkungan dan harus dinamis dan fleksibel. Namun, titik paling penting adalah bahwa UMKM harus terus mengeksplorasi peluang baru.

5.4. Kontribusi Pemerintah untuk Pertumbuhan dan Keberlanjutan UMKM.

UMKM menempati posisi yang sangat substansial dalam meningkatkan masyarakat dan kesejahteraan nasional. Meskipun UMKM terbukti menyediakan lapangan kerja, meningkatkan PDB, dan seterusnya, UMKM juga dikenal sebagai usaha yang rentan karena sifatnya yang heterogen. Oleh karena itu, peran potensial pemerintah untuk memperkuat pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM sangat penting. UMKM tidak dapat mencapai pertumbuhan maksimum sendiri karena ada banyak kejadian eksternal dan tak terduga seperti: perijinan, ining, akses pasar, pemberdayaan usaha, dan area lainnya. Dukungan ini hanya dapat diberikan oleh pemerintah. Dengan menjadikan pemerintah sebagai tulang punggung mereka, UMKM mungkin dapat memperluas usaha mereka dan bertahan dalam jangka panjang di industri. Penelitian ini menemukan bahwa, untuk membantu UMKM, pemerintah dapat mempertimbangkan hal-hal berikut: menghilangkan pungutan liar, menyederhanakan perizinan dan hukum usaha proses, memberikan dukungan yang lebih luas, menyuntikkan modal, dan lebih fokus pada pengusaha muda / pemula. Untuk mengamati efektivitas dukungan pemerintah untuk UMKM, Hapsari et al. (2014) menyarankan bahwa efektivitas dukungan pemerintah untuk UMKM dapat diukur dengan indikator keberhasilan sebagai berikut: mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan jumlah usaha baru, dan meningkatkan jumlah kelompok independen. Oleh karena itu, untuk memenuhi indikator ini, Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia telah mengambil beberapa langkah utama, seperti menyediakan modal awal, meningkatkan kualitas produk, berpartisipasi dalam pasar ekspor, meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan perlindungan usaha melalui peningkatan kebijakan. , dan mengurangi kompleksitas dalam usaha (KemenkopUMKM, 2016).