

Perbedaan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit: Studi Kasus Sentra Pedagang Bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang **Leonardus Mario Sunu Wicaksono, Noeke Chrispur M, Arif Dwi Hartanto**



Leonardus Mario Sunu Wicaksono, Noeke Chrispur M, Arif Dwi Hartanto; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang; Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang, Jawa Timur; Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2019-13-12

Received in revised form 2020-01-14

Accepted 2020-02-01

Kata kunci:

Akses Kredit, UMKM, Pendapatan, Pemberdayaan.

Keywords:

Access to Credit, SMEs, Income, Empowerment.

How to cite item:

Leonardus Mario Sunu Wicaksono, Noeke Chrispur M, Arif Dwi Hartanto. (2020). Perbedaan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit: Studi Kasus Sentra Pedagang Bakso di Kelurahan Ciptimulyo, Kota Malang. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(1).

Abstrak

Pengembangan UMKM sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mereduksi tingkat kemiskinan. Tetapi, intensitas persaingan usaha sangat tinggi, sehingga dibutuhkan kekuatan daya saing yang merupakan kunci utama bagi UMKM untuk terus bertahan (sustain). Salah satu strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui peningkatan aksesibilitas kredit, yang ditujukan bagi peningkatan pendapatan usaha. Oleh karena itu, tujuan tulisan ini untuk: (i) menganalisis besarnya pendapatan UMKM sebelum dan sesudah memperoleh kredit; dan (ii) untuk mengeksplorasi perbedaan pendapatan UMKM sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit. Analisis statistik deskriptif dan Uji t digunakan sebagai landasan analisis, dimana pendapatan dan biaya produksi menjadi aspek utama yang dinilai. Berdasarkan pengumpulan data kuantitatif dan wawancara dengan 28 pelaku UMKM pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum memperoleh kredit, pendapatan bersih pedagang bakso sebesar Rp 5.010.357, sedangkan pendapatan bersih pedagang bakso sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 10.084.679. Peningkatan pendapatan tersebut disebabkan oleh peningkatan daya saing usaha pasca kredit diberikan. Para pelaku UMKM (pedagang bakso) mampu meningkatkan efisiensi perolehan bahan baku, peningkatan produksi, dan mampu melakukan ekspansi pasar. Kesemuanya dapat dilakukan akibat pengelolaan kredit yang optimal, yang dijalankan atas penerapan manajemen yang handal, dan didukung dengan peningkatan kegiatan pemberdayaan. Hasil analisis tersebut memberikan wawasan penting bagi pemerintah bahwa peningkatan aksesibilitas yang diiringi dengan program pemberdayaan harus menjadi fokus dalam penyusunan kebijakan pengembangan UMKM.

Abstract

The development of SME is very important in creating employment and reducing poverty. However, the intensity of business competition is very high, so competitiveness is a key strength needed for MSMEs to continue to sustain. One strategy in increasing MSME competitiveness is through increasing credit accessibility, which is aimed at increasing business revenues. Therefore, the purpose of this paper is to: (i) analyze the amount of MSME revenue before and after obtaining credit; and (ii) to explore differences in MSME income before obtaining credit and after obtaining credit. Descriptive statistical analysis and t-test are used as the foundation of analysis, where production income and costs are the main aspects assessed. Based on quantitative data collection and interviews with 28 SMEs of meatball traders in Ciptomulyo Village, Malang City, the results of the study showed that before obtaining credit, the net income of the meatball trader was IDR 5,010,357, while the net income of the meatball trader after obtaining credit was IDR 10,084,679. The increase in revenue was due to an increase in business competitiveness after the credit was granted. The SMEs (meatball traders) are able to improve the efficiency of obtaining raw materials, increase production, and be able to expand the market. All of which can be done due to optimal credit management, which is carried out on the application of reliable management, and is supported by increased empowerment activities. The results of the analysis provide important insights for the government that increasing accessibility accompanied by empowerment programs must be a focus in developing MSME development policies.

* Leonardus Mario Sunu Wicaksono, Noeke Chrispur M, Arif Dwi Hartanto.

© 2020 University of Merdeka Malang All rights reserved.

Peer review under responsibility of University of Merdeka Malang All rights reserved.

1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial, seperti: (i) tingginya tingkat kemiskinan; (ii) ketimpangan distribusi pendapatan; (iii) proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dengan pedesaan; dan (iv) masalah urbanisasi. Beragam persoalan tersebut disebabkan oleh masih rendahnya daya saing UMKM yang berhubungan dengan kinerja perusahaan dan model kebijakan yang tidak tepat sasaran. Kebijakan pemerintah seringkali memaknai pengembangan daya saing UMKM hanya dari segi pengembangan kapasitas produksi (Dvorsky et.al, 2018). Meskipun pengembangan dari aspek produksi sangat penting, namun pemerintah hampir tidak dapat memenuhi pemenuhan perbaikan dari aspek kelembagaan, khususnya pemasaran dan adaptasi lingkungan pasar. Padahal aspek ini merupakan faktor determinan dari kurang berkembangnya kapasitas UMKM sehingga berdampak pada rentannya keberlangsungan usaha dalam jangka panjang di tengah ketatnya persaingan pasar. Perbaikan kebijakan terhadap UMKM yang semakin meningkat diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.

Menurut Abdusaleh & Worthington (2013), upaya peningkatan UMKM yang tepat sasaran diharapkan mampu mendorong percepatan perputaran ekonomi, penggerak sektor riil, pengentasan kemiskinan, pengurangan pengangguran, dan mampu menciptakan model pembangunan yang inklusif. Beberapa hasil penelitian sudah membuktikan peran penting UMKM yang tercermin dari kontribusinya terhadap: (i) penciptaan lapangan kerja; (ii) penciptaan modal; (iii) kontribusi terhadap ekspor; (iv) pengurangan tingkat kemiskinan; serta (v) fungsi dalam mereduksi ketimpangan antar wilayah karena sifatnya yang fleksibel dalam menentukan lokasi usaha yang tidak dapat dijamah oleh industri skala besar. UMKM juga berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional. Menurut data Bank Indonesia, pada saat krisis moneter tahun 1998 dan tahun 2008-2009, 96% UMKM tetap bertahan dari goncangan krisis. UMKM juga sangat

membantu pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga (LPPI, 2015).

Salah satu kebijakan yang terus ditingkatkan dalam rangka mempercepat laju pengembangan UMKM adalah melalui peningkatan aksesibilitas kredit. Dengan peningkatan aksesibilitas kredit, UMKM diyakini mampu mempercepat laju pendapatan akibat sirkulasi produksi yang lebih cepat dan skala pemasaran yang lebih luas (Abdusaleh & Worthington, 2013). Dengan peningkatan akses permodalan, maka kapasitas usaha menjadi meningkat, dan pengelolaan manajemen menjadi lebih baik. Sebagaimana diungkapkan hasil penelitian dari Cuevas, Palcin & Pietro (2019), bahwa aspek permodalan merupakan faktor kunci bagi pengembangan kapasitas usaha UMKM, seperti: (i) dasar strategi pengambilan keputusan dalam memahami karakteristik pasar dan kompetitor; (ii) merespon kebutuhan pelanggan; (iii) penerapan mutu manajemen dan tata kelola organisasi; dan (iv) mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Meski beberapa studi menemukan pentingnya peningkatan aksesibilitas kredit, namun tidak semua kasus menunjukkan hasil yang sama. Hasil penelitian dari Hossain, Yoshino & Hesary (2018) menjelaskan bahwa peningkatan akses kredit secara berkelanjutan justru semakin menurunkan kinerja usaha, akibat pola pengelolaan yang kurang baik, seperti penerapan metode keuangan dan manajemen strategi. Hasil serupa ditunjukkan oleh Nguyen, Gan & Hu (2015), dimana aksesibilitas kredit bagi UMKM harus dilakukan dengan presisi dan berbasis modal sosial, berbeda dengan tipikal individual yang bertendensi mengalami kegagalan. Wardhono, Modjo & Utami (2019) menyampaikan bahwa program pemberian kredit harus diiringi dengan strategi pengelolaan pasca kredit yang sesuai, seperti monitoring, pemberdayaan, dan evaluasi secara berkelanjutan. Beberapa kasus empiris tersebut menghasilkan proposisi penting bahwa tidak semua peningkatan aksesibilitas kredit mampu meningkatkan kinerja UMKM, terutama yang diukur dari indikator tingkat profitabilitas.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana dampak kinerja usaha yang ditimbulkan dari

para UMKM sebelum dan sesudah mendapatkan kredit. Kinerja usaha diukur melalui tingkat profitabilitas yang diperoleh. Untuk mengetahui hal tersebut, penelitian ini mengambil kasus sentra UMKM kuliner, yaitu pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang. Secara historis, usaha pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo mengalami pasang surut dengan adanya persaingan antar pedagang bakso. Namun, tidak sedikit pula pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo yang masih bertahan pada bisnis tersebut hingga kini. Keragaan historis tersebut sejalan dengan program kredit yang sudah puluhan tahun dilakukan dan dialami oleh para UMKM pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang. Untuk mengetahui secara mendalam bagaimana dampak kinerja usaha sebelum dan sesudah kredit diterima, maka penelitian ini secara esensial menjadi penting untuk dikemukakan.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu:

1. Untuk menganalisis besarnya pendapatan pedagang bakso sebelum dan sesudah memperoleh kredit.
2. Untuk mengeksplorasi perbedaan pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit.

3. Landasan Teori

A. Karakteristik UMKM

Secara konseptual, sejauh ini tidak ada definisi secara tegas mengenai UMKM yang diterima secara global (Wardhono, Modjo & Utami, 2019). Hal ini dikuatkan oleh pendapat Nguyen & Nhung (2013), bahwa UMKM adalah kelompok yang memang sangat heterogen, sehingga memunculkan banyak perspektif yang berbeda dengan beragam variasi dari satu negara dengan negara lain. Salah satunya karena ragam fitur seperti karakteristik keterampilan dengan operasionalisasi yang beragam atas latar belakang lingkungan sosial.

Begitupun di Indonesia, dimana terdapat beragam sudut pandang yang berbeda dalam mendefinisikan UMKM. Mayoritas peneliti mendefinisikan UMKM sebagai unit usaha yang sebagian besar berbentuk informal bercirikan padat karya, dan pada umumnya membutuhkan

modal yang kecil (Marijan, 2005). Sedangkan Haron, et.al (2013), menjabarkan bahwa UMKM merupakan: (i) usaha yang tidak memisahkan kedudukan antara pemilik dengan struktur manajerial; (ii) menggunakan tenaga kerja sendiri; (iii) bersifat *unbankable* dan menggunakan modal sendiri; dan (iv) sebagian besar tidak berbadan hukum dan memiliki tingkat kewirausahaan yang rendah. Beberapa keterbatasan ini berimplikasi pada kondisi eksisting UMKM di Indonesia yang bercirikan: (i) mempunyai keterbatasan manajerial dan inovasi produksi; (ii) rendahnya manajemen mutu; (iii) gagap teknologi dan perkembangan inovasi; (iv) terisolasi dari akses pasar; (v) sulit terjangkau oleh dukungan atau program pemerintah; dan (vi) masih mengandalkannya faktor mata rantai yang diwariskan secara turun-temurun dengan pengelolaan produk yang tergolong sangat sederhana.

Argumentasi di atas diperkuat oleh beberapa temuan, seperti Hachimi, Salahdine & Housni (2017), bahwa persoalan UMKM yang sulit untuk diatasi (seperti kurangnya teknologi informasi karena infrastruktur yang masih berjalan lambat dan belum merata) mengakibatkan perkembangan yang cenderung stagnan akibat kesulitan dalam menghadapi lingkungan ekonomi global. Berdasarkan ragam persoalan ini, maka definisi UMKM yang ada di Indonesia sering mengacu pada beberapa indikator utama, yakni nilai aset, volume penjualan, serta jumlah karyawan (Marijan, 2005). Beberapa variabel yang melekat tersebut menjadikan UMKM sebagai entitas usaha yang sulit berkembang akibat beragam keterbatasan aksesibilitas, terutama terhadap sumberdaya potensial, keuangan, dan pemasaran.

B. Faktor Pendorong Daya Saing UMKM

Peningkatan daya saing UMKM dapat dilakukan jika berpedoman pada kekuatan atau potensi suatu wilayah (faktor *endowment*) dan sumberdaya masing-masing pelaku UMKM. Namun, memanfaatkan faktor *endowment* seringkali juga sulit dilakukan oleh UMKM. Hal ini karena beragamnya keterbatasan internal, seperti rendahnya SDM. Beberapa pendapat mengatakan bahwa persoalan ini dapat disiasati jika pengambil kebijakan faham akan konsep pemberdayaan UMKM, yang diharapkan dapat memanfaatkan faktor

endowment untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya (Pudjowati, 2016). Selain itu, Moore & Manring (2009) menjelaskan bahwa pemberdayaan pada UMKM merupakan konsep atau strategi yang intinya untuk memberikan tekanan pada otonomi dalam mengambil keputusan di suatu kelompok masyarakat yang dilandaskan pada sumberdaya pribadi, bersifat langsung, demokratis dan pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung. Fokus utama pemberdayaan UMKM adalah sumberdaya lokal, namun bukan berarti mengabaikan unsur-unsur lain yang berada di luar kelompok UMKM, dan bukan hanya ekonomi akan tetapi juga sosial. Hal ini bertujuan agar UMKM memiliki posisi tawar menawar yang seimbang.

Dengan mengacu pada definisi di atas, maka pemberdayaan UMKM dimaksudkan untuk membangun UMKM dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi dan berupaya untuk mengembangkannya. Mekanisme pemberdayaan sangat penting bagi UMKM karena dapat meningkatkan daya saing usahanya (Pudjowati et.al, 2018). Peningkatan daya saing sangat penting karena relevansinya dengan strategi bisnis. Beberapa penelitian empiris mengungkapkan bahwa pemberdayaan sangat efektif bagi UMKM untuk dapat melaksanakan strategi bisnisnya secara efektif dan efisien, sehingga secara langsung berdampak pada peningkatan daya saing UMKM. Manurung & Manurung (2019), menyatakan bahwa strategi bisnis UMKM melalui daya saing sangat penting untuk mempertahankan usahanya dalam jangka panjang.

Untuk melaksanakan mekanisme pemberdayaan bagi UMKM, maka pelaku langsung yang terlibat mayoritas harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah. Iklim usaha adalah kondisi yang seharusnya diupayakan oleh Pemerintah Daerah untuk memberdayakan UMKM secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi. Hal ini sangat penting agar UMKM memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya. Secara teknis, pemberdayaan bagi UMKM dapat melalui beberapa jalur, seperti:

(i) pemberian fasilitas; (ii) bimbingan; (iii) pendampingan; dan (iv) bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.

Salah satu isu tuntutan pemberdayaan pada UMKM untuk meningkatkan daya saingnya adalah terletak pada faktor biaya, seperti aksesibilitas kredit (Majid et.al, 2018). Tingginya biaya (*high cost*) berdampak pada daya saing UMKM yang masih sangat rendah. Begitupun biaya dalam mengakses kredit, yang menjadikan UMKM sebagai pelaku yang *non-bankable*. Selain biaya, juga kualitas produk dan jaringan pemasaran yang juga masih rendah. Oleh karena itu tantangan pemberdayaan UMKM adalah mengacu pada arah utama tercapainya daya saing berdasarkan efisiensi biaya, diferensiasi produk, aspek pemasaran, dan aksesibilitas kredit. Semakin UMKM berusaha untuk membuat produk yang berkualitas dengan jaringan pasar yang luas dan dengan akses kredit yang baik, maka akan semakin tercipta efisiensi biaya. Manajemen efisiensi biaya merupakan syarat mutak dalam meningkatkan daya saing UMKM.

C. Aksesibilitas Kredit dan Peningkatan Pendapatan Usaha

Menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, pengertian kredit adalah Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Susilo, Triandaru, dan Santoso (2007) berpendapat bahwa penyedia dana untuk nasabah tidak hanya dalam bentuk kredit. Penyediaan dana dapat juga dilakukan melalui pembiayaan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Bank Indonesia, seperti yang tercantum dalam pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998.

Sumber atau asal modal pinjaman (kredit) dapat berasal dari berbagai lembaga keuangan bahkan dapat pula didapatkan dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS), terdapat beberapa sumber atau asal modal pinjaman (kredit), yaitu:

1. Bank, yaitu lembaga yang bergerak dalam bidang keuangan untuk melakukan kegiatan menerima, menyimpan dan meminjamkan uang. Ada beberapa macam jenis pinjaman (kredit) yang dapat di peroleh dari bank yaitu: (i) Kredit Kelayakan Usaha (KKU), merupakan kredit yang diberikan oleh bank berdasarkan kelayakan usaha nasabah dengan nilai pagu sebesar lima puluh juta rupiah (Rp 50.000.000) dan pada umumnya memerlukan jaminan sebesar 150 persen dari kredit yang diajukan; (ii) Kredit Usaha Kecil (KUK), merupakan kredit yang diberikan kepada perorangan atau perusahaan dengan nilai maksimum pemberian kredit sebesar dua ratus juta rupiah (Rp 200.000.000); (iii) Kredit Canda Kulak (KCK), merupakan kredit yang diberikan kepada golongan kecil, penjaga barang dagangan dan sebagainya. Kredit ini pada umumnya memiliki rentang antara tiga ribu rupiah (Rp 3.000) hingga lima belas ribu rupiah (Rp 15.000) dengan bunga sebesar 1 persen per bulan dalam jangka waktu kredit maksimum tiga bulan; (iv) Kredit Umum Pedesaan (Kupedes), merupakan kredit investasi yang diberikan guna mengembangkan usaha kecil pedesaan; dan (v) Kredit investasi, merupakan kredit yang mencakup berbagai macam kredit yang dikeluarkan oleh bank untuk kepentingan investasi diluar KKU, KUK, dan Kupedes.
2. Koperasi, adalah organisasi ekonomi rakyat yang bersifat social dan beranggotakan masyarakat atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan.
3. Lembaga keuangan bukan bank, adalah lembaga keuangan selain bank dan koperasi, misalnya pegadaian, sewa guna usaha (*leasig*), modal ventura, anjak piutang (*factoring*), lembaga kredit (perorangan maupun perusahaan) dan sebagainya.
4. Perusahaan modal ventura, adalah badan usaha yang melakukan kegiatan penyertaan modal ke dalam perusahaan pasangan usaha (*investee company*) untuk jangka waktu tertentu.
5. Keluarga, adalah pihak-pihak yang masih mempunyai hubungan saudara baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Perorangan, adalah lembaga kredit yang berbentuk perorangan, misalnya rentenir.

7. *Fintech*, adalah suatu layanan keuangan yang telah merambah teknologi dengan system *peer to peer lending* sehingga dapat memudahkan untuk melakukan pinjaman.
8. Lainnya, adalah pihak lain yang dapat memberikan pinjaman (kredit) yang bukan merupakan kegiatan bank, koperasi, lembaga keuangan bukan bank, keluarga dan pinjaman perorangan serta *fintech*.

Secara konseptual, peningkatan aksesibilitas kredit akan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Secara operasional, perusahaan dapat memanfaatkan keterkaitan keterkaitan kredit sebagai sumberdaya keuangan yang tepat bagi optimalisasi dan pengkoordinasian masing-masing aktivitas usaha. Sumberdaya keuangan menjadi daya dukung elaborasi dan peningkatan kapasitas usaha, baik dari sisi pasokan bahan baku, produksi, dan ekspansi pemasaran (Abraham& Schumkler, 2017). Implikasinya, akan membawa pada keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competition advantage*). Maka, dapat dikatakan bahwa terjadi rantai yang menghubungkan berbagai aspek spesifik dari *value chain* para UMKM pasca mendapatkan kredit yang terdiri dari teknologi, kapabilitas (produksi, pemasaran, dan manajemen), serta produk (Dvorsky et.al, 2018). Penjelasan ini konsisten dengan apa yang dikatan Marijan (2005), bahwa kegiatan ekonomi yang optimal tidak terlepas dari aspek tujuan dalam hubungan kredit sehingga menjadi kekuatan dasar secara keuangan bagi peningkatan kapasitas kelembagaan.

4. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif kuantitatif. Metode ini dilakukan karena dengan pertimbangan ruang lingkup wilayah dan kedalaman materi, yakni analisis dampak kredit terhadap pendapatan UMKM. Secara umum, aspek-aspek yang diteliti meliputi aspek keuangan, pendapatan, kinerja usaha, dan implikasinya terhadap daya saing. Metode deskriptif dalam kajian ini bertujuan untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat, yaitu: (i) memusatkan diri pada pemecahan masalah yang ada sekarang, pada

masalah-masalah yang aktual; dan (ii) data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, dan dianalisis.

Penerapan metode deskriptif dalam analisis akan dilakukan secara menyeluruh dengan menganalisis seluruh terkait dengan data primer maupun sekunder yang telah berhasil diperoleh. Data primer dalam penelitian ini mengadopsi dari Apuke (2017), yang secara ideal diperoleh dengan jalan melakukan survei, observasi lapangan, wawancara serta penyebaran angket/kuisisioner, yang dalam kasus ini ditujukan kepada pelaku UMKM pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang. Untuk memperkaya hasil analisis data primer, penelitian ini mengadopsi saran dari Saher (2015) yakni perlunya menganalisis data sekunder pendukung, yang dapat diperoleh dengan jalan mengumpulkan data-data dari instansi terkait yang relevan, seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

B. Karakteristik Data

Menurut Grimaldo, Marusic& Squazzoni (2018), karakteristik data adalah segala aspek yang menyangkut metode perolehan data, sumber data, dan penarikan sampel. Jenis data dari penelitian ini adalah data kuantitatif, sedangkan berdasarkan sumbernya, data dari penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah pendapatan dan biaya - biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit. Sedangkan data sekunder yang dibutuhkan adalah jumlah UMKM pedagang bakso. Kedua jenis data tersebut menjadi satu kesatuan sehingga menghasilkan model analisis yang komprehensif.

Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan. Secara keseluruhan, jumlah jumlah populasi pedagang bakso yang berada di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang adalah berjumlah 60, dan yang mengajukan kredit kepada lembaga keuangan baik perbankan maupun non perbankan berjumlah 28, sehingga keseluruhan (populasi) diambil sebagai sampel penelitian. Disman, Ali& Barliana (2017) menguraikan bahwa apabila segala komponen yang ada pada populasi tersebut diteliti maka disebut dengan sensus.

C. Teknik Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari: (i) analisis deskriptif; dan (ii) uji beda. Dimana penjelasan dari keduanya adalah sebagai berikut:

1. Analisis analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pendapatan UMKM sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang. Untuk mengetahui pendapatan bersih UMKM, maka digunakan rumus sebagaimana mengadopsi dari Sudarman (1998) sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \dots \dots \dots (1)$$

$$TR = P.Q \dots \dots \dots (2)$$

Dimana :

π = Keuntungan

TR = Penerimaan produsen dari hasil penjualan produk (*Total Revenue*)

TC = Ongkos produksi total (*Total Cost*)

2. Uji beda rata-rata, yaitu untuk membuktikan adanya perbedaan pendapatan UMKM (pedagang bakso) sebelum memperoleh kredit dengan pedagang bakso sesudah memperoleh kredit, yakni digunakan analisis uji beda rata-rata dari populasi yang berlainan. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{s \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

t = nilai distribusi t

\bar{X}_1 = nilai rata-rata sampel pertama

\bar{X}_2 = nilai rata-rata sampel kedua

S = taksiran varians gabungan populasi

n_1 = jumlah sampel populasi pertama

n_2 = jumlah sampel populasi kedua

Sedangkan rumus varians gabungan populasi adalah :

$$S^2 = \frac{(n_1+n_2)S_1^2 + (n_1+n_2)S_2^2}{(n_1+n_2)-2} \dots\dots\dots(4)$$

Dimana :

S_1^2 = varians sampel pertama

S_2^2 = varians sampel kedua

Rumusan hipotesis yang dapat disusun adalah sebagai berikut :

H_0 : $\bar{X}_1 = \bar{X}_2$ (pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit = pendapatan bakso sesudah memperoleh kredit).

H_a : $\bar{X}_1 \neq \bar{X}_2$ (pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit \neq pendapatan pedagang bakso sesudah memperoleh kredit).

Dengan kriteria sebagai berikut: (i) jika nilai signifikan $> \alpha$ (5%), maka H_0 diterima, artinya ada persamaan pada pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang; dan (ii) jika nilai signifikan $< \alpha$ (5%), maka H_a diterima, artinya ada perbedaan yang signifikan pada pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang.

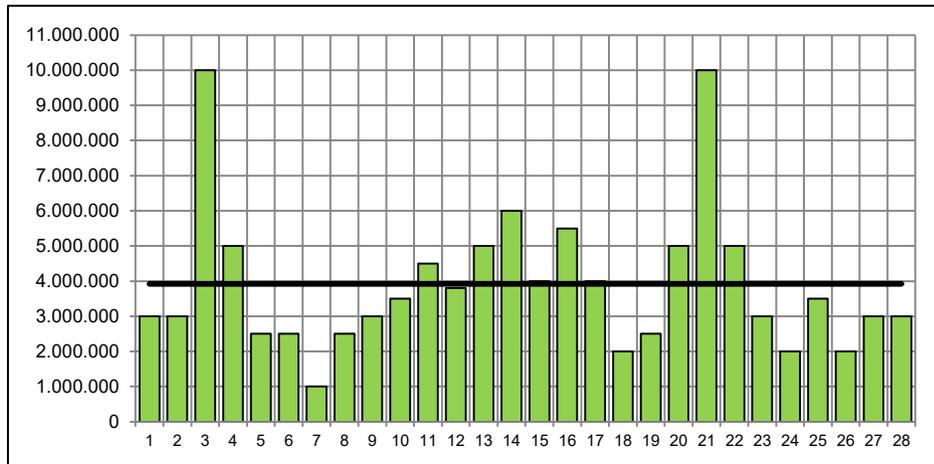
5. Hasil Penelitian

A. Pendapatan Kotor Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit

Responden dalam penelitian ini berjumlah 28 pelaku UMKM (pedagang bakso) yang dianalisis berdasarkan sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit. Data responden pedagang bakso yang mendapatkan kredit mempunyai nilai yang bervariasi, dimana penerimaan rata-rata kredit adalah sebesar Rp. 3.921.429 (Gambar 01).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah satu variabel, yaitu variabel pendapatan bersih pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo yang dinilai dengan rupiah (Rp) per hari dan dihitung per bulan. Sesuai rumus pendapatan bersih yaitu seluruh pendapatan yang diterima oleh pedagang bakso (TR) dikurangi dengan biaya - biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bakso (TC) per hari dan dihitung per bulan yang dinilai dengan rupiah. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bakso meliputi biaya daging dan penggilingan, soun, siomay, sayur, tahu, bumbu dan rempah, BBM dan LPG, dan angsuran yang meliputi pokok dan bunga.

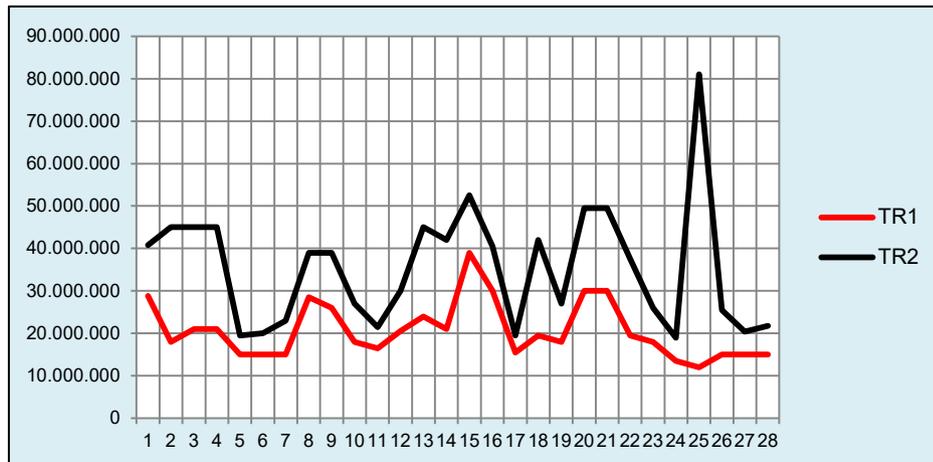
Gambar 01. Variasi Jumlah Kredit yang Diterima Responden



Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

Selanjutnya dihitung pendapatan kotor, yaitu seluruh pendapatan yang diterima oleh pedagang bakso dalam satu bulan sebelum dikurangi dengan biaya - biaya yang digunakan dalam pembuatan bakso yang dinilai dengan rupiah. Berikut ini adalah hasil pendapatan kotor pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang sebelum memperoleh kredit (TR¹) dan sesudah memperoleh kredit (TR²) dalam berjalan selama satu bulan. Berdasarkan Gambar 02, pendapatan kotor pedagang bakso yang paling rendah sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 12.000.000, dan pendapatan kotor paling tinggi sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 39.000.000. Sedangkan pendapatan kotor paling rendah sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 19.000.000, sedangkan pendapatan kotor paling tinggi pedagang bakso sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 81.000.000. Rata - rata pendapatan kotor sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 20.655.357, sedangkan pendapatan kotor rata - rata sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 35.480.357.

Gambar 02. Pendapatan Kotor UMKM Sebelum Memperoleh Kredit (TR¹) dan Sesudah Memperoleh Kredit (TR²)



Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

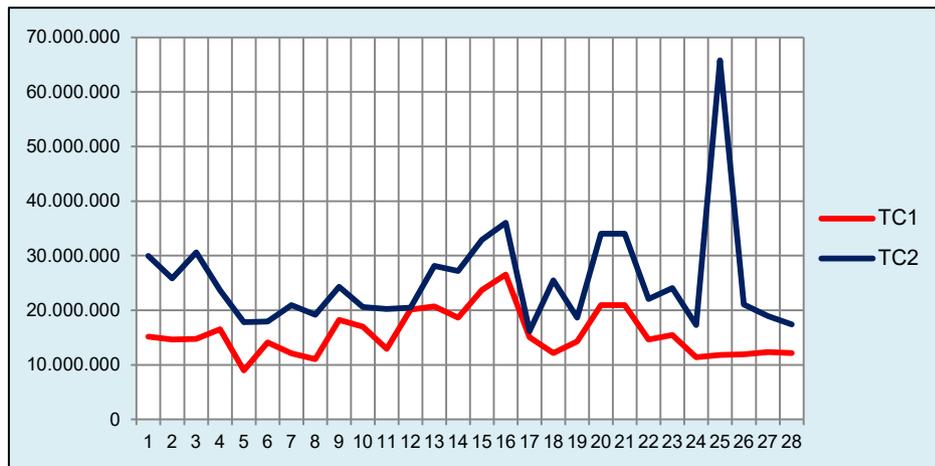
B. Total Biaya Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit

Dalam penelitian ini, biaya - biaya yang dikeluarkan oleh responden pada saat bekerja dalam satu hari yaitu biaya bahan baku, BBM dan LPG, dan angsuran kredit. Pelaku UMKM telah mengeluarkan biaya - biaya yang dibutuhkan selama bekerja dalam satu bulan yaitu biaya untuk bahan baku (daging, Penggilingan daging, dan lain-lain), BBM dan LPG. Biaya yang dikeluarkan pedagang bakso per bulan bervariasi, yang dapat dihitung biaya sebelum memperoleh kredit (TC¹) dan biaya sesudah memperoleh kredit (TC²).

1. Biaya yang dikeluarkan paling tinggi oleh pedagang bakso per bulan sebelum memperoleh kredit adalah sebesar Rp 24.250.000, sedangkan biaya yang dikeluarkan paling rendah oleh responden sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 7.740.000. Sementara rata - rata biaya yang dikeluarkan oleh reponden sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 14.070.000 per bulan.
2. Sementara biaya paling tinggi dikeluarkan oleh pedagang bakso per bulan sesudah memperoleh kredit sebesar RP 65.813.500, sedangkan biaya paling rendah sebesar Rp 16.185.000. Rata -rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bakso sesudah memperoleh kredit adalah Rp 25.943.679 per bulan.
3. Dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan biaya - biaya yang dikeluarkan pedagang bakso dari sebelum memperoleh kredit rata - rata sebesar Rp 15.645.000, dan sesudah memperoleh kredit

meningkat sebesar Rp 25.943.679 rata - rata biaya yang dikeluarkan pedagang bakso dalam satu bulan.

Gambar 03. Pengeluaran Biaya UMKM Sebelum Memperoleh Kredit (TC¹) dan Sesudah Memperoleh Kredit (TC)



Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

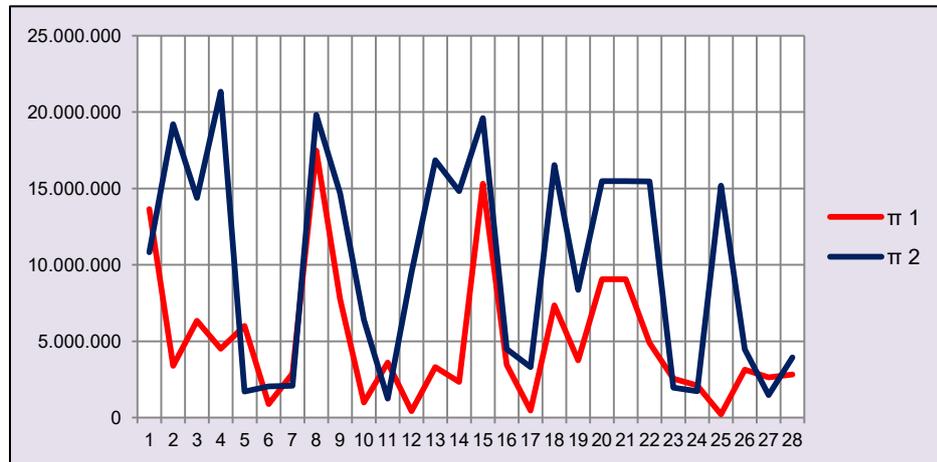
C. Pendapatan Bersih Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Kredit

Pendapatan bersih dalam penelitian ini adalah seluruh pendapatan yang diterima oleh responden (TR) yang dikurangi dengan biaya - biaya (TC) yang dikeluarkan oleh responden dalam satu bulan yang dinilai dengan rupiah (Rp).

1. Pendapatan bersih paling rendah yang diterima pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dalam satu bulan sebesar Rp 210.000, sedangkan untuk pendapatan paling tinggi pedagang bakso sebesar Rp 17.475.000 dalam satu bulan. Rata - rata pendapatan bersih pedagang bakso sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 5.010.357.
2. Pendapatan bersih pedagang bakso sesudah memperoleh kredit yang paling rendah diterima sebesar Rp 1.245.000 dalam satu bulan, sedangkan pendapatan bersih paling tinggi pedagang bakso sesudah memperoleh kredit yang diterima sebesar Rp 19.816.500.
3. Dapat diketahui bahwa ada perbedaan pendapatan bersih yang diterima pedagang bakso yang dapat dilihat dari peningkatan rata - rata pendapatan bersih pedagang bakso per bulan. Rata - rata

pendapatan bersih yang diterima pedagang bakso sebelum memperoleh kredit sebesar Rp 5.010.357, sedangkan rata - rata pendapatan bersih pedagang bakso sesudah memperoleh kredit dalam satu bulan sebesar Rp 10.084.679.

Gambar 04. Persentase Perkembangan Pendapatan Bersih Pedagang Bakso Sebelum Memperoleh Kredit (π^1) dan Sesudah Memperoleh Kredit(π^2)



Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

D. Analisis Uji Beda

Untuk mengetahui perbedaan pendapatan UMKM (pedagang bakso) sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang, maka dilakukan analisis uji beda rata - rata menggunakan *software* SPSS 21.00. Rumusan hipotesis uji beda rata - rata yang digunakan adalah :

H_0 : $\bar{X}_1 = \bar{X}_2$ (pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit = pendapatan bakso sesudah memperoleh kredit).

H_a : $\bar{X}_1 \neq \bar{X}_2$ (pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit \neq pendapatan pedagang bakso sesudah memperoleh kredit).

Dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai sig < α (5%) maka H_a diterima , artinya ada perbedaan yang signifikan pada pendapatan pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang. Hasil analisis pendapatan bersih pedagang bakso menggunakan *software* SPSS 21.00 adalah sebagai berikut:

Tabel 01. Hasil Analisis Uji Beda Rata - rata Pendapatan Pedagang Bakso Sebelum Memperoleh Kredit dan Sesudah Memperoleh Kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	5010357,14	28	4445940,289	840203,739
	Sesudah	10084678,57	28	6958462,961	1315025,893

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 01, diketahui bahwa pendapatan bersih rata - rata pedagang bakso lebih tinggi saat sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 10.084679, dibandingkan sebelum memperoleh kredit yaitu sebesar Rp 5.010.357. Berdasarkan Tabel 02, hasil perhitungan menggunakan software SPSS 21.00, diketahui bahwa nilai sig adalah 0,000 atau lebih kecil dari nilai α (5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya ada perbedaan pendapatan yang signifikan pada pendapatan pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang.

Tabel 02. Hasil Uji t

		Paired Samples Test								
		Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)	Keterangan
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
					Lower	Upper				
Pair 1	Sebelum - Sesudah	-5074321	6003446,5	1134545	-7402215	-2746428	-4,47256	27	,000	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2019

6. Diskusi Pembahasan

A. Dampak Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan

Hasil penelitian menemukan bahwa peningkatan aksesibilitas kredit berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, yang dalam kasus ini adalah pedagang bakso di Kelurahan Ciptimulyo, Kota Malang. Hasil penelitian ini memperkuat dari beberapa hasil penelitian sebelumnya, yang secara umum mengemukakan bahwa aksesibilitas kredit merupakan salah satu kunci untuk melakukan efisiensi produksi, peningkatan kapasitas produksi, dan melakukan ekspansi pasar. Temuan

ini menggugurkan asumsi bahwa UMKM sebenarnya mempunyai tingkat risiko kredit yang tinggi. Moore & Manring (2009) mengemukakan bahwa. Tujuan utama pelaksanaan kredit bagi UMKM adalah untuk membantu UMKM agar benar-benar bisa keluar dari status kerentanan. Dalam konteks kredit, bantuan kepada UMKM dapat menjadi pemicu paradigma bahwa UMKM merupakan calon debitur yang potensial layaknya calon debitur skala besar. Hal ini diperkuat dari pendapat dari Nguyen, Gan & Hu (2015) dan Manurung & Manurung (2019), bahwa kredit bagi UMKM secara esensial bertujuan untuk memerangi kemiskinan melalui penyediaan kredit yang menysasar individu dari usaha berpendapatan rendah. Tujuan utamanya adalah memperbaiki akses terhadap simpanan dan pinjaman dalam jumlah kecil untuk pelaku UMKM yang sebelumnya tidak dapat mengakses ke perbankan.

Dampak kredit terhadap pendapatan dipengaruhi oleh peningkatan kapasitas dalam memperoleh bahan baku yang lebih efisien. Hal ini disebabkan peningkatan bantuan modal melalui kredit mampu meningkatkan modal usaha UMKM dalam membeli bahan baku dalam jumlah tinggi, sehingga biaya per satuan menjadi rendah. Hal ini mirip dengan apa yang dikemukakan Majid et.al (2018), bahwa ketersediaan modal mampu membentuk jaringan UMKM yang lebih baik untuk memfungsikan jaringan bagi peningkatan efisiensi pembelian bahan baku. Dalam beberapa studi teoritis, jaringan semacam ini dikatakan sebagai aliansi atau kepadatan jaringan, dimana merupakan bentuk persetujuan antara pihak yang berkepentingan dengan satu orientasi yang sama. Proses ini merangsang anggota jaringan untuk menyumbangkan sumberdaya (bahan baku) yang dimilikinya pada hal baru dan menghasilkan nilai yang baru (Gunawan, Widianingsih & Barokatuminalloh, 2017). Sesuai dengan apa yang dikatakan Abraham & Schumkler (2017), bahwa dalam jaringan terdapat serangkaian kegiatan yang memberikan kontribusi terhadap nilai akhir atau jasa yang dijual kepada pelaku jaringan (UMKM). Proses ini berlangsung dalam hubungan antara *firms value chain* dan *supplier value chain*, serta distribusi (*channel*).

Dampak kredit terhadap peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh peningkatan kapasitas produksi serta ekspansi pemasaran. Keduanya berjalan beriringan dan melengkapi, dimana peningkatan produksi tanpa

ekspansi pemasaran justru akan menimbulkan kerugian karena keterbatasan stok permintaan. Dengan peningkatan permodalan melalui kredit, pelaku UMKM mampu mengakses bahan baku secara efisien, dan kapasitas produksi bisa ditingkatkan. Hasil penelitian Cuevas, Palacin& Pietro (2019) menemukan bahwa akses kredit juga bisa mempertinggi probabilitas inovasi produksi, sehingga biaya produksi menjadi efisien. Efisiensi produksi mampu meningkatkan kapasitas produksi dalam memenuhi gap permintaan yang sebelumnya tidak bisa dipasok. Wilkinson (2017) melengkapi penemuan tersebut, dimana peningkatan produksi akan optimal jika diiringi dengan peningkatan skala pemasaran, sehingga peningkatan produksi bisa lebih cepat terserap pasar. Beberapa proposisi tersebut juga terjadi pada kasus UMKM pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang.

B. Dampak Kredit Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha

Dampak kredit terhadap peningkatan pendapatan secara langsung akan meningkatkan kapasitas usaha, sehingga daya saing dapat meningkat. Daya saing usaha dapat dilihat dari keberlanjutan usaha UMKM, khususnya dalam kasus ini adalah para pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo, Kota Malang. Sifat usaha yang bisa bertahan dalam jangka panjang diiringi dengan peningkatan kapasitas usaha yang diindikasikan dengan peningkatan pendapatan.

Hasil temuan serupa juga dikemukakan oleh Haron, Jayarman& Ismail (2013), dimana peningkatan kredit sangat berpengaruh terhadap peningkatan kapasitas usaha melalui perubahan secara mendasar dari struktur ekonomi dan sosial dengan menyediakan jasa keuangan kepada UMKM berpenghasilan rendah. Oleh karena itu, tujuan kredit mikro sangat penting dalam membantu daya saing melalui peningkatan pendapatan, membangun bisnis yang layak, mengurangi kerentanan terhadap guncangan ekonomi, dan perannya terhadap percepatan kapasitas manajemen yang lebih profesional.

Selain itu, peningkatan daya saing UMKM akibat peningkatan kredit juga dapat dilihat dari tingginya produktivitas dan fleksibilitas usaha. Berdasarkan hasil temuan, bahwa produktivitas berdampak pada tingkat profitabilitas, sedangkan fleksibilitas merupakan karakteristik UMKM

dalam jaringan karena kemudahan dalam aksesibilitas bahan baku, aksesibilitas modal, dan aksesibilitas pasar.

Secara operasional, produktivitas dan fleksibilitas UMKM dapat tercapai karena keterkaitan (*linkage*) dengan kapasitas usaha pasca kredit diberikan. Hal ini dapat berimplikasi pada keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competition advantage*) karena terjadinya rantai yang menghubungkan berbagai aspek spesifik dari *value chain* seperti teknologi, kapabilitas (produksi, pemasaran, dan manajemen), serta produk (Hachimi, Salahdine & Housni, 2017). Temuan ini juga konsisten dengan apa yang diteliti Wardono, Modjo & Utami (2019), bahwa kegiatan ekonomi yang optimal tak terlepas dari aspek tujuan dalam hubungan permodalan sehingga menjadi kekuatan dasar secara sosial.

Indikasi lainnya dapat dilihat dari tingkat *Return on Investment* (ROI) yang dihasilkan begitu cepat, padahal tingkat persaingannya tinggi; maka perusahaan tersebut dapat mengatasi persoalan persaingan, demikian sebaliknya. Dapat dikatakan, tingkat ROI yang tinggi juga mencerminkan efisiensi biaya produksi dan biaya transaksi yang dilihat dari rasio keluaran-masukan, pasca kredit diberikan. Efisiensi ini merupakan faktor penjelaras untuk menerangkan bahwa pelaku UMKM mampu melakukan keputusan yang ekonomis.

Dampak yang bisa dirasakan adalah pada fleksibilitas usaha dan keputusan produksi karena efisiensi juga mencakup efisiensi alokasi dan operasi. Efisiensi alokasi menyangkut sumberdaya melalui instrument harga, pasar, dan corak administrasi. Sedangkan efisiensi operasi menyangkut bagaimana memaksimalkan penggunaan tenaga kerja dan sistem manajemen. Semuanya disebabkan oleh kapasitas permodalan yang lebih tinggi.

Selain itu, daya saing yang tinggi akibat kredit juga mencerminkan produktivitas yang tinggi, disamping dampak fleksibilitas usaha yang memberikan ruang gerak bagi UMKM yang lebih dinamis. Pengembangan daya saing dari tingginya tingkat produktivitas dan fleksibilitas usaha ini dapat merangsang perusahaan untuk berinvestasi lebih banyak dalam bidang riset, pengembangan, serta inovasi (Chittithaworn, et.al, 2010). Kondisi demikian dapat membantu UMKM dalam memberikan nilai terbaik bagi para pelanggan dan membedakan dengan para pesaing. Beberapa keuntungan tersebut tercipta karena

fungsi aksesibilitas kredit dalam meningkatkan aksesibilitas bahan baku, aksesibilitas modal, serta aksesibilitas pasar.

7. Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan data responden, pendapatan pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang mengalami peningkatan pendapatan bersih dari sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit. Sebelum memperoleh kredit, pendapatan bersih pedagang bakso sebesar Rp 5.010.357, sedangkan pendapatan bersih pedagang bakso sesudah memperoleh kredit sebesar Rp 10.084.679.
2. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa ada perbedaan pendapatan yang diterima pedagang bakso di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang yang dapat dilihat dari adanya peningkatan pendapatan bersih yang diterima pedagang bakso sebelum memperoleh kredit dan sesudah memperoleh kredit di Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang. Peningkatan pendapatan tersebut disebabkan oleh peningkatan daya saing usaha pasca kredit diberikan. Para pelaku UMKM (pedagang bakso) mampu meningkatkan efisiensi perolehan bahan baku, peningkatan produksi, dan mampu melakukan ekspansi pasar. Kesemuanya dapat dilakukan akibat pengelolaan kredit yang optimal, yang dijalankan atas penerapan manajemen yang handal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disarankan beberapa aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan aksesibilitas kredit merupakan aspek penting bagi peningkatan kapasitas usaha UMKM. Oleh karena itu, program tersebut masih menjadi program relevan yang perlu untuk terus ditingkatkan dalam rangka mengembangkan daya saing UMKM.

2. Program peningkatan aksesibilitas kredit kepada UMKM hendaknya dilakukan beriringan dengan program pendampingan dan pemberdayaan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa UMKM selaku debitur mampu mengelola kredit secara lebih baik. Hal tersebut tidak terlepas dari kapasitas usaha dan penerapan manajemen strategis yang optimal.
3. Secara teknis, pemberdayaan bagi UMKM dapat melalui beberapa jalur, seperti: (i) pemberian fasilitas; (ii) bimbingan; (iii) pendampingan; dan (iv) bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.

Daftar pustaka

- Abdulsaleh, A.M., & Worthington, A.C. 2013. Small and medium sized enterprises financing: a review of literature. *International Journal of Business and Management*, Vol. 8, No. 14, pp. 36-54.
- Abraham, F., & Schumkler, S.L. 2017. Addressing the sme finance problem. *Research & Policy Briefs World Bank Group*, No. 9, pp. 01-04.
- Apuke, O.D. 2017. Quantitative research methods a synopsis approach. *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 6, No. 10, pp. 40-47.
- Chittithaworn, C., et all. 2011. Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*. Vol. 7, No. 5, May.
- Cuevas, F.J., Palacin, M.J., & Pietro, F.D. 2019. Trade credit as a sustainable resource during an sme's life cycle. *Sustainability*, Vol. 11, NO. 670, PP. 02-16.
- Disman., Ali, M., & Barliana, .M.S. 2017. The use of quantitative research method and statistical data analysis in dissertation: an evaluation study. *International Journal of Education*, Vol. 10, No. 1, pp. 46-52.
- Dvorsky, J., Shonfeld, J., Kataskova, A., & Petrakova, Z. 2018. Evaluation of important credit risk factors in the sme segment. *Journal of International Studies*, Vol. 11, No.3, pp. 204-216.
- Grimaldo, F., Marusic, A., & Squazzoni, F. 2018. Fragment of peer review: a quantitative analysis of the literature (1969-2015). *Plos One*, Vol. 13, No. 2, pp. 01-14.
- Gunawan, D.S., Widayaningsih, N., & Barokatuminalloh. 2017. The strategy development of smes metal. *Journal of Economic and Policy*, Vol. 10, No. 1, pp. 121-137.
- Haron, H., Said, S.B., Jayaraman, K., & Ismail, I. 2013. Factors influencing

- small medium enterprises (smes) in obtaining loan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4, No. 15, pp. 182-195.
- Hachimi, A., Salahdine, A., & Housni, H. 2017. Sme financing in morocco: issues and alternative. *Journal of Innovation & Business Best Practice*, Vol. 3, No. 4, pp. 01-08.
- Hossain, M., Yoshino, N., & Hesary, F.T. 2018. Local financial development, access to credit and smes's performance: evidence from bangladesh. *ADB Working Paper Series*, Tokyo Japan.
- Majid, M.S.A, Hamdani., Nasir, m., & Faisal. 2018. Sme's credit demand and economic growth in indonesia. *Regional Science Inquiry*, Vol. X, No. 2, pp. 121-133.
- Manurung, E.T., & Manurung, E.M. 2019. A new approach of bank credit assessment for smes. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, Vol. 23, No. 3, pp. 01-13.
- Marijan, Kacung. 2005. Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster. *INSAN*, Vol. 7 No. 3, Desember.
- Moore, S. B., and Manring, S. L. (2009). Strategy Development in Small and Medium Sized Enterprises for Sustainability and Increased Value Creation. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 17, 276-282.
- Nguyen, T.N., Gan, C., & Hu, B. 2015. An empiricl analysis of credit accessibility of small and medium sized enterprises in vietnam. *Munich Personal Repec Archive*. No. 81911, pp. 01-21.
- Nguyen, N., & Nhung, L. 2013. Determinants of financing pattern and access to formal-informal credit: the case of small and medium sized enterprisesin vietnam. *Journal of Management Research*, Vol. 5, No. 2, pp. 240-259.
- Pudjowati, J. 2016. Social network and economic empowerment strategy to keep survival of smes for batik (study: smes batik mangrove surabaya). *Journal of Economics and Finance*, Vol. 7, No. 2, pp. 67-70.
- Pudjowati, J. Suman, A., Kresna, S.R., & Mahardika, A.P. 2018. The influence of sme empowerment towards sustainability of batik business: a study of handmade mangrove batik sme at surabaya, indonesia. *RJOAS*, Vol. 4, No. 76, pp. 143-149.
- Saher, A.S. 2015. The applications of qualitative and quantitative research among academic staff in psychology and education: a review of practice. *International Journal of Education and Research*, Vol. 3, No. 3, pp. 715-726.
- Wardhono, A., Modjo, M.I., & Utami, E.W. 2019. The role of credit guarantee shchemes for financing msmes: avidence from rural and urban areas in indonesia. *ADB Working Paper Series*, Tokyo Japan.
-