

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nilasari, Hutajulu, Retnosari, dan Astutik (2019) melakukan penelitian berjudul “Strategi Pemberdayaan dan Kontribusi UMKM Menghadapi Ekonomi Digital” dengan metode penelitian kualitatif deskriptif eksploratif dan tujuannya adalah menganalisis strategi pemberdayaan dan kontribusi UMKM di era ekonomi digital. Hasil penelitian tersebut yaitu usaha pemerintah oleh Indonesia untuk mengembangkan UMKM yang mampu berdaya saing dengan memberi fasilitas UMKM *go online* untuk menghasilkan 8 juta UMKM yang dapat masuk ke dalam platform pasar *online*. Pihak perbankan memberikan pengarahannya KUR serta informasi tentang uang digital dan produk perbankan tersebut yang dapat memudahkan transaksi di era ekonomi digital pada saat ini.

Wastuningsih dan Dewi (2019) melakukan penelitian berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Era Revolusi Industri 4.0” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan tujuan penelitiannya adalah mengidentifikasi fungsi dan dampak *digital marketing* yang telah diterapkan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan adanya fungsi manifest berupa peningkatan jumlah penjualan dan omzet yang diperoleh pengusaha melalui *digital marketing* sedangkan fungsi latennya berupa perubahan gaya hidup masyarakat pedesaan yang menjadi konsumtif semenjak mengenal dunia internet.

Bambang Arianto (2020) melakukan penelitian berjudul “Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19” dengan menggunakan metode penelitian pendekatan studi kepustakaan dengan mengamati dan menganalisis semua informasi mengenai topik penelitian dan tujuan penelitiannya adalah mengelaborasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian tersebut yaitu pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19 dapat menjadi salah satu alternatif pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Selain itu pengembangan UMKM digital juga

menjadi salah satu strategi penyelamatan UMKM agar tetap eksis di masa pandemi Covid-19. Berbagai program pengembangan digitalisasi UMKM dapat mempercepat proses transformasi digital dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia, yang bisa membuat UMKM bersaing di kancah internasional.

Hasan, Noercahyo, Rani, Salshabilla, dan Izzati (2021) melakukan penelitian berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19” dengan menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dan tujuan penelitian ini merupakan mengetahui berbagai cara pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian tersebut yaitu bahwa sudah seharusnya pelaku usaha ekonomi kreatif senantiasa semangat dan berpikir ke depan untuk memperbaiki diri serta bangkit dari keterpurukan.

Isti Indri Astuti (2021) melakukan penelitian berjudul “UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing” dengan menggunakan metode penelitian literatur dan tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana UMKM (Usaha mikro, kecil, dan menengah) dapat membangkitkan ekonomi masyarakat di masa pandemi tersebut berbasis *digital marketing* dengan menggunakan metode penelitian literatur. Hasil penelitian tersebut yaitu bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah berpotensi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, mengurangi tingkat angka pengangguran, serta berpotensi menjadi sumber devisa negara. Dengan memanfaatkan *digital marketing* para pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan penjualannya. Tentunya didukung juga dengan adanya penguasaan dari teknologi. Melalui pemanfaatan *digital marketing* pemasaran sektor usaha mikro, kecil, dan menengah diharapkan dapat memaksimalkan ekonomi masyarakat sehingga mampu tumbuh secara inklusif dan berkelanjutan.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Konsep Pengembangan UMKM

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dapat dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas,

bimbingan, pendampingan, bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing UMKM (Adhiningsih, As-Sahih and Oktamara, 2016). Di Indonesia juga terdapat Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM yaitu UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai “perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.” Menurut Ina Primiana, pengertian UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu; Industri manufaktur, Agribisnis, Bisnis kelautan, Sumber daya manusia.

Selanjutnya, Ina Primiana juga menyebutkan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat (Vii *et al.*, 2008). Arah pengembangan UMKM akan mendorong terwujudnya revitalisasi ekonomi yang diharapkan dapat lebih berpihak kepada ekonomi rakyat. Revitalisasi ekonomi pada hakikatnya adalah gerakan bersama antara pemerintah dan rakyat (Budiarto *et al.*, 2018).

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. Memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat

mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat (Anggraeni, Hardjanto and Hayat, 2013).

UMKM yang ada di Indonesia dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam mengakomodasi kebutuhan impor yang saat pandemi sempat mengalami kemacetan. Namun, juga terdapat berbagai kendala saat akan merealisasikan hal tersebut. Maka karena itu, pemerintah menetapkan beberapa kebijakan khusus untuk UMKM agar dapat membantu pada masa pandemi, sehingga tidak akan menghambat pertumbuhan perekonomian nasional. UMKM secara khusus ditangani langsung oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan UMKM. Kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia demi pengembangan UMKM adalah sebagai berikut :

a. Memberikan prioritas dukungan

Pemerintah Indonesia memberikan prioritas dukungan terhadap UMKM pada program penganganan Covid-19 dan terhadap pemulihan ekonomi nasional (PEN). Prioritas tersebut dapat dilihat dari adanya alokasi terhadap anggaran khusus untuk pemberian dukungan pada UMKM. Bentuk dukungan prioritas tersebut adalah upaya pemerintah dalam mengatasi persoalan banyaknya kementerian yang ikut menangani UMKM serta banyak kementerian yang memiliki program khusus untuk membantu perkembangan UMKM.

b. Restrukturisasi kredit UMKM

Kebijakan yang dimiliki pemerintah Indonesia untuk merestrukturisasi kredit UMKM dilakukan dengan dua cara, yaitu yang pertama relaksasi penilaian kualitas asset serta yang kedua menunda pokok subsidi bunga. Dilakukannya restrukturisasi kredit debitur yang terkena dampak pandemi ditetapkan lancar sejak direstrukturisasi serta dilakukan tanpa adanya batasan jenis pembiayaan ataupun plafon. Serta dilakukan penundaan pokok dan subsidi dengan memberikan subsidi bunga ataupun margin kepada debitur UMKM

dengan menggunakan plafon kredit atau pembiayaan paling tinggi adalah Rp. 10 milyar dengan jangka waktu paling lama 6 bulan.

c. Pemberian kredit modal kerja UMKM

Pemerintah memberikan kredit modal kerja berbunga murah dengan cara penempatan uang negara dalam bentuk deposito dan atau giro pemerintah pada bank umum pemerintah. Pemerintah juga memberikan penjaminan atas kredit modal kerja pelaku UMKM.

d. Pemberian dukungan lainnya

Pemerintah juga memberikan dukungan lainnya untuk membantu perkembangan UMKM pada masa pandemi. Dikeluarkannya intensif PPh final UMKM ditanggung pemerintah serta bantuan produktif usaha mikro. Dilakukan juga pemberian bantuan presiden produktif usaha mikro (BUM). Dan juga selain pembiayaan, pemerintah juga mendorong pekerja UMKM untuk memanfaatkan program Kartu Prakerja.

Sementara secara statistik, UMKM dibedakan menurut sektor ekonomi :

1. Pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan
2. Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan
3. Perdagangan, hotel dan restoran
4. Pertambangan dan penggalian
5. Listrik, gas, dan air bersih
6. Angkutan dan komunikasi
7. Industri pengolahan
8. Bangunan
9. Jasa

Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut :

a. Pemanfaatan sarana teknologi informasi dan komunikasi

Kemajuan UMKM sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin kian berkembang. Salah satu kesuksesan bisnis merupakan penunjang teknologi yang baik dan juga tepat sasaran.

b. Kemudahan Pinjaman Modal

Perkembangan bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan di Indonesia. Guna mendorong pertumbuhan UMKM artinya diperlukan keterbukaan akses pembiayaan dari perbankan dan alokasi kredit khusus untuk UMKM.

c. Menurunnya Tarif PPh Final

Menurunnya tarif PPh akan berdampak baik terhadap para pemilik bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hal tersebut dilakukan untuk mempermudah pebisnis menjalankan kewajiban perpajakan pada negara. Selain itu, hal tersebut juga dapat memberikan kesempatan untuk perkembangan usaha serta investasi karena adanya keringanan dari penurunan tarif pajak bagi pelaku Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

2.2.2 Digitalisasi UMKM

Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara mudahnya, di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produknya secara online ('KKN-DR Kelompok 200 Desa Hinai Kanan Kabupaten Langkat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2021', 2021). Digitalisasi merupakan proses pengalihan informasi dalam bentuk non digital melalui digital. Proses pengalihan tersebut dilakukan dengan menggunakan teknologi digital, sehingga adanya informasi dapat diperoleh serta ditransmisikan melalui peralatan serta jaringan internet. Dalam era digital ini segala informasi serta perubahan dapat terjadi dengan begitu

cepat. Contoh praktik dari digitalisasi merupakan pemindahan dokumen kertas serta penyimpanannya di hard drive computer sebagai dokumen digital. Awalnya memanfaatkan kertas untuk mencatat dan melihat data yang ada, lalu ketika ada digitalisasi maka telah beralih ke spreadsheet excel, agar lebih mudah lagi. Digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen dalam bentuk digital, untuk fungsi fotocopy dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti computer, scanner, operator media sumber dan software pendukung (Sukmana, 2016). Menurut Lasa Hs, Digitalisasi adalah proses pengelolaan dokumen tercetak menjadi bentuk dokumen elektronik. Digitalisasi merupakan proses alih media dari bentuk tercetak menjadi bentuk elektronik (Asaniyah, 2017).

Perkembangan digitalisasi saat ini telah mengalami perkembangan dengan pesat dari waktu ke waktu dan para pengembangnya tidak berhenti untuk terus melakukan inovasi-inovasi berbasis teknologi informasi agar dapat terus membantu penggunaannya dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dengan adanya kemudahan akses tersebut tentunya membuat semangatnya semakin terpacu dalam memberikan kontribusi terbaik bagi bangsa dan salah satunya adalah menjadi pengguna internet serta media sosial yang baik. Sebagai pengguna internet tentunya harus dapat dengan bijak dalam memanfaatkan media sosial, mulai dari membuat konten, menyebarkan hingga menanggapi konten yang ada. Banyaknya peluang yang ada di tengah kemajuan teknologi serta informasi, tentu banyak pula tantangan yang harus dihadapi oleh pemuda Indonesia di era modern. Perkembangan digitalisasi ini juga sesuai dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2021 yang mengatur tentang Satuan tugas percepatan dan perluasan digitalisasi daerah. Tidak hanya keputusan presiden, namun adanya Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja juga ikut mendorong pengembangan dan digitalisasi UMKM yang ada di Indonesia. UU Cipta Kerja ini diyakini nantinya akan meningkatkan minat masyarakat dalam membuka usaha, khususnya untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) karena dapat menciptakan kemudahan dalam perizinan. UU Cipta Kerja ini juga mendorong penguatan ekosistem UMKM serta *e-commerce* melalui berbagai kemudahan.

Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui marketplace menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian Indonesia pada era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar di Indonesia.

Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, ada banyak keuntungan yang didapat menurut ('KKN-DR Kelompok 200 Desa Hinai Kanan Kabupaten Langkat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2021', 2021) seperti berikut ini :

1. Perubahan Gaya Hidup
2. Biaya Lebih Efisien
3. Pemasaran Makin Luas
4. Kualitas Produk Meningkatkan
5. Khalayak luas dan harga terjangkau
6. 24 Jam Online dan mudah di akses
7. Mudah di cari dan di temukan dan Berkomunikasi dengan mudah
8. Tidak membutuhkan banyak biaya namun merupakan langkah yang efektif dalam mengembangkan UMKM
9. Usaha memperkenalkan UMKM lebih luas (Nasional-Global)
10. Upaya meningkatkan Jumlah Tenaga Kerja yang terserap dari pertumbuhan UMKM

Meskipun gaya hidup sudah serba digital namun dalam berbagai lini kehidupan, tetap saja banyak pelaku UMKM yang ogah melek digital dan masih terbiasa menjalankan bisnis secara tradisional. Dengan adanya upaya digitalisasi UMKM, terdapat banyak tujuan didalamnya seperti :

1.) Perubahan terhadap gaya hidup

Adanya pandemi covid-19 menjadikan semua orang membatasi kegiatan sosial. Salah satunya yang menjadi penghubung antar manusia merupakan smartphone yang berakses internet. Perlahan gaya hidup tersebut menyebar dari perkotaan hingga ke pedesaan, sehingga pelaku UMKM tentu harus memiliki kesadaran serta beradaptasi dengan kondisi tersebut.

2.) UMKM menjadi lebih profesional

Dengan adanya digitalisasi UMKM tidaklah berpotensi meraup lebih banyak pelanggan, tapi juga mulai memasuki babak persaingan yang baru di ranah industri modern. Walaupun masih menyandang status UMKM, bisnis yang dimiliki oleh UMKM nantinya akan mendapatkan nilai lebih dari calon pelanggan jika sudah memiliki sosial media dan website sebagai media pemasarannya.

3.) Meminimalisir hilangnya target pasar

Kecenderungan pengguna yang mulai nyaman dengan ekosistem digital lah yang dalam hal ini dimaksud dengan kehilangan target pasar. Jika bisnis tidak menyesuaikan dengan kebiasaan ini, maka harus bersiap untuk kehilangan potensi pendapatan dari konsumen yang semakin dimanjakan dengan kemudahan akses online.

4.) Biaya menjadi lebih efisien

Salah satu masalah UMKM adalah memiliki modal yang terbatas. Ketika berpindah jalur melalui jalur digital, maka hal yang perlu dilakukan adalah membeli domain, menyewa hosting dan mengelola website saja ataupun dapat menggunakan media sosial untuk berjualan agar jauh lebih efisien dalam biaya.

5.) Pemasaran semakin luas

Dengan adanya upaya digitalisasi UMKM maka pengenalan produk dapat dilakukan tanpa batasan. Pemasaran dapat dilakukan dimanapun dan kapan saja, bahkan pemasaran dapat dijangkau di seluruh nusantara bahkan di luar Indonesia melalui sosial media.

6.) Kualitas produk menjadi meningkat

Ketika pemilik UMKM sadar bahwa produk yang dipasarkan dilihat oleh orang yang jauh dari daerahnya bahkan orang luar negeri, maka pemilik UMKM tersebut akan berusaha agar produk yang dimiliki semakin menarik. Contohnya adalah perbaikan baik dari sisi *packaging* bahkan bahan-bahan produksi yang dipakai.

2.2.3 Peningkatan Perekonomian

Pertumbuhan perekonomian merupakan proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Menurut Sukirno (2011:331) pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Pertumbuhan ekonomi juga memiliki arti suatu proses perubahan ekonomi yang terjadi pada perekonomian negara dalam kurun waktu tertentu menuju keadaan ekonomi yang lebih baik. Pertumbuhan ekonomi identik dengan kenaikan kapasitas produksi yang direalisasikan dengan adanya kenaikan pendapatan nasional.

Menurut Prof.Simon Kuznets terdapat enam karakteristik pertumbuhan ekonomi modern yaitu adanya laju pertumbuhan penduduk dan produk perkapita yang sangat cepat, perkembangan produktivitas masyarakat, pertumbuhan tingkat struktural yang melesat, tingkat urbanisasi yang tinggi, adanya ekspansi pada negara maju, terjadinya arus barang, serta modal dan manusia di berbagai negara (Yunianto, 2021). Faktor-faktor yang mampu mempengaruhi pertumbuhan perekonomian adalah :

a. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan suatu indikator perkembangan ekonomi pada suatu bangsa. Faktor SDM mampu mempercepat dan bahkan mampu memperlambat proses pertumbuhan ekonomi dalam suatu Negara.

b. Sumber Daya Alam

Jika dalam suatu negara memiliki kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) namun tidak diiringi dengan kualitas peningkatan SDM yang baik dalam mengolahnya, maka hasilnya negara akan sering melakukan ekspor barang mentah dan mengimpornya kembali dengan barang yang sudah jadi dengan harga yang lebih mahal.

c. Kemajuan IPTEK

Suatu negara akan dinilai maju dalam hal ekonomi apabila mengalami peningkatan terkait pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologinya. Hal yang sama berlaku untuk perusahaan yang mengutamakan teknologi untuk melahirkan barang atau jasa yang lebih efisien. Adanya pemanfaatan teknologi yang sudah maju dinilai bahwa perusahaan tersebut dapat melahirkan produk yang lebih cepat serta efisien. Namun, untuk penerapan teknologi ini masih jarang atau sulit diterapkan untuk perusahaan yang sedang berkembang, dikarenakan alat berteknologi tinggi umumnya sangat mahal dan harus diimpor dari luar negeri.

d. Tingkat Inflasi

Salah satu gejala yang mampu memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi adalah inflasi. Inflasi merupakan suatu kondisi laju peredaran mata uang yang tidak terkendali. Terjadinya peningkatan harga sangat berdampak terhadap produktivitas bahan baku karena membuat peningkatan biaya operasional perusahaan dalam hal memasok bahan mentah.

e. Tingkat Suku Bunga

Tingkat suku bunga yang ada pada suatu negara juga mempengaruhi proses pertumbuhan perekonomian. Pertumbuhan tersebut cenderung membuat tingkat suku bunga akan meningkat karena adanya peningkatan pendapatan yang terjadi di masyarakat.

Saat ini seluruh negara di dunia termasuk Indonesia telah memasuki era revolusi industri 4.0. Pertumbuhan tersebut tentunya akan mempengaruhi perekonomian Indonesia ke depannya. Di era tersebut, kreativitas dan inovasi yang dilahirkan anak-anak muda Indonesia mampu menjadi sumber ekonomi baru untuk menggerakkan ekonomi bangsa.

Berikut merupakan langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh kaum muda untuk turut serta berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan serta pembangunan ekonomi :

a. Melek dengan teknologi baru

Adanya perkembangan dalam masyarakat untuk menuju kehidupan yang lebih modern, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga berkembang jadi lebih berkualitas. Ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan dua unsur yang berbeda, tapi jika digabungkan maka akan menjadi kesatuan yang berdampak bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi.

b. Menjaga sarana dan prasarana

Kehadiran sarana dan prasarana menjadi hal penting karena hal ini mampu membuat mudah semua pihak yang bersangkutan dalam pembangunan ekonomi. Ketika sebuah sarana dan prasarana tidak terdukung dengan baik, upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pertumbuhan serta pembangunan ekonomi dapat terhambat dan kurang optimal.

c. Berinvestasi di Pasar Modal

Secara umum terdapat dua manfaat yang dapat digunakan dari sebuah pasar modal, yaitu yang pertama bisa menjadi sarana atau sumber pendanaan untuk mengembangkan finansial dan yang kedua turut serta menambahkan dana bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

d. Mendanai UMKM Indonesia

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) dapat dibilang sebagai motor penggerak perekonomian Indonesia. UMKM dapat memberikan kesempatan kerja pada masyarakat banyak. Selain itu pemerintah harus terus menjalankan program-program yang memberikan peluang menguntungkan untuk para bisnis UMKM supaya dapat lebih berkembang.

e. Meningkatkan Pendidikan dan Keterampilan yang Dimiliki

Pendidikan merupakan faktor utama yang dapat menentukan pengetahuan ataupun keterampilan yang dapat dikuasai. Berbekal pendidikan yang baik, dapat memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dan kehidupan yang lebih mapan.

f. Membeli Obligasi

Pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara merupakan sebuah indikator utama yang dapat mempengaruhi kemajuan perekonomian negara tersebut. Dalam rangka mencegah resiko utang luar negeri yang dapat mempengaruhi kestabilan nilai tukar rupiah terhadap valas maka pemerintah harus menerbitkan obligasi negara untuk menambah stok modal yang dibutuhkan. Stok modal dari investor yang telah membeli obligasi negara tersebut dapat digunakan oleh negara untuk melunasi hutang dan juga memenuhi kebutuhan produksi yang ditujukan untuk masyarakat.

2.2.4 Kolaborasi

Kolaborasi merupakan adanya pola serta bentuk hubungan yang dilaksanakan oleh individu ataupun kelompok, organisasi yang berkeinginan untuk saling berbagi, saling berpartisipasi secara penuh, serta saling menyetujui atau bersepakat untuk melaksanakan tindakan bersama dengan cara berbagi informasi, sumber daya, manfaat serta tanggung jawab dalam pengambilan keputusan bersama untuk menggapai sebuah cita-cita untuk mencapai tujuan bersama ataupun untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi oleh mereka yang berkolaborasi. Gray (1989) menggambarkan bahwa kolaborasi sebagai suatu proses berfikir dimana pihak yang terlibat memandang aspek-aspek perbedaan dari suatu masalah serta menemukan solusi dari perbedaan terhadap apa yang dapat dilaksanakan (Haryono, 2012).

Menurut Valdellon (2017) mengatakan bahwa pembentukan kolaborasi baik yang dilaksanakan antara individu maupun antar lembaga atau organisasi sangat penting, dikarenakan kolaborasi memiliki 11 manfaat (Choirul, 2020) yang meliputi hal berikut :

1. Kolaborasi dapat meningkatkan fleksibilitas organisasi (*improved flexibility of the organization*).
2. Kolaborasi dapat dimanfaatkan sebagai saling mempertautkan para pekerja (*engaged employess*)
3. Kolaborasi dapat digunakan guna memperlakukan karyawan atau pegawai secara yang sehat (*healthier employess*)

4. Kolaborasi dapat dimanfaatkan guna menyelenggarakan rapat koordinasi yang produktif (*more productive meeting*)
5. Kolaborasi yang semakin memperkuat terciptanya talenta yang tinggi (*more attractive to top talent*).
6. Kolaborasi dapat dimanfaatkan guna memacu terhadap kemajuan bisnis yang lebih cepat (*accelerated business velocity*).
7. Kolaborasi dapat meningkatkan daya simpan ataupun daya ingat yang lebih tinggi (*higher retention rates*).
8. Kolaborasi dapat menciptakan ide kreatif yang inovatif (*innovative ideas*).
9. Kolaborasi dapat dimanfaatkan guna menempatkan posisi *stakeholder* secara lebih tepat (*better alignment with stakeholder*).
10. Kolaborasi dapat dimanfaatkan guna meningkatkan produktivitas kerja bagi segenap individu yang terlibat (*enhanced individual productivity*)
11. Kolaborasi dapat dimanfaatkan guna meningkatkan keuntungan (*increased profitability*).

Beberapa manfaat dari kolaborasi, yaitu :

1. Kolaborasi sangat bermanfaat dalam menghimpun berbagai talenta dan kekuatan yang dimiliki oleh masing-masing anggota kolaborasi.
2. Saling memberi manfaat antarmereka yang berkolaborasi dalam sebuah organisasi.
3. Dapat mempercepat penanggulangan masalah secara cepat, tepat dan tuntas. Kolaborasi dapat menghasilkan progress kerja yang lebih cepat.

Beberapa pertimbangan yang dapat menjadi alasan mengapa kolaborasi perlu untuk dibentuk atau didirikan adalah :

1. Adanya kesamaan tujuan ataupun kepentingan
2. Peningkatan kemampuan
3. Efisiensi penggunaan sumber daya (meliputi sumber daya manusia, financial, dan material), dan
4. Sharing pengetahuan, pengalaman, kompetensi, dan juga sebagainya.