

# UMKM NAIK KELAS

Dari Usaha Kecil  
Menuju Bisnis Berdaya Saing



Tri Darmini

# UMKM NAIK KELAS

dari Usaha Kecil  
Menuju Bisnis Berdaya Saing

Tri Darmini



# UMKM NAIK KELAS

*dari Usaha Kecil  
Menuju Bisnis Berdaya Saing*

**Penulis:** Tri Darmini

**Desain Cover :** C. Arnol

**Tata Letak :** C. Arnol

Diterbitkan oleh:

Sopia Timur (CV. Lebah Buku Group)

Cetakan I: 2026

200 hlm; 14 x 21 cm

ISBN: 978-634-04-8293-5

Hak Cipta dilindungi undang-undang

*All rights reserved*



**Sopia Timur**

(CV. Lebah Buku Group)

Karangmojo, Wedomartani,

Ngemplak, Sleman,

Yogyakarta



# Kata Pengantar



Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku “UMKM Naik Kelas: Dari Usaha Kecil Menuju Bisnis Berdaya Saing” ini dapat disusun dan disajikan kepada pembaca. Buku ini lahir dari kepedulian terhadap peran strategis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia sekaligus tantangan nyata yang dihadapi pelaku UMKM untuk berkembang dan berdaya saing di tengah perubahan zaman.

UMKM tidak hanya berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi, tetapi juga menjadi fondasi ketahanan ekonomi nasional. Namun demikian, masih banyak UMKM yang terjebak pada pola usaha bertahan (survival) dan belum mampu naik kelas menuju usaha yang lebih profesional, produktif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang komprehensif, praktis, dan aplikatif mengenai strategi pengembangan UMKM dari berbagai aspek.

Buku ini disusun untuk memberikan panduan menyeluruh bagi pelaku UMKM, pendamping usaha, akademisi, mahasiswa, serta pihak-pihak yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan UMKM. Pembahasan dalam buku ini mencakup perubahan mindset wirausaha, legalitas dan formalitas usaha, manajemen keuangan, pengembangan produk, branding dan pemasaran, digitalisasi, pengelolaan sumber daya manusia, hingga strategi ekspansi dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan UMKM naik kelas tidak hanya bergantung pada kemampuan individu pelaku usaha, tetapi juga membutuhkan dukungan ekosistem yang kuat, melibatkan pemerintah, dunia pendidikan, sektor swasta, komunitas, dan masyarakat secara luas. Oleh sebab itu, buku ini diharapkan dapat menjadi referensi, inspirasi, sekaligus panduan praktis dalam mendorong UMKM menuju bisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM Indonesia.

Selamat membaca.





# Daftar Isi



|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Kata Pengantar .....</b>                           | <b>3</b>  |
| <b>Daftar Isi .....</b>                               | <b>5</b>  |
| <b>Bab I Pendahuluan .....</b>                        | <b>7</b>  |
| A. Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia .....      | 7         |
| B. Tantangan UMKM di Era Persaingan .....             | 11        |
| C. Tujuan dan Manfaat Buku .....                      | 13        |
| <b>Bab II Konsep UMKM Naik Kelas .....</b>            | <b>15</b> |
| A. Definisi UMKM Berdasarkan Regulasi .....           | 15        |
| B. Pengertian UMKM Naik Kelas .....                   | 17        |
| C. Tahapan UMKM (Mikro, Kecil, dan Menengah) .....    | 19        |
| D. Indikator UMKM Naik Kelas .....                    | 22        |
| E. Hambatan Umum UMKM dalam Bertumbuh .....           | 26        |
| <b>Bab III Mindset dan Perilaku UMKM .....</b>        | <b>31</b> |
| A. Perubahan Pola Pikir Berwirausaha .....            | 31        |
| B. Dari Usaha Bertahan Menuju Usaha Bertumbuh .....   | 33        |
| C. Growth Mindset dalam UMKM .....                    | 36        |
| D. Kepemimpinan Pemilik Usaha .....                   | 38        |
| E. Etos Kerja dan Mental Tangguh .....                | 40        |
| <b>Bab IV Legalitas dan Formalisasi UMKM .....</b>    | <b>43</b> |
| A. Pentingnya Legalitas bagi UMKM .....               | 45        |
| B. Nomor Induk Berusaha / NIB .....                   | 45        |
| C. NPWP dan Kewajiban Perpajakan .....                | 47        |
| D. Sertifikasi Produk: Halal, PIRT, dan BPOM .....    | 49        |
| E. Perlindungan Usaha Melalui Merek dan HAKI .....    | 51        |
| <b>Bab V Manajemen Keuangan UMKM .....</b>            | <b>55</b> |
| A. Pemisahan Keuangan Pribadi dan Usaha .....         | 55        |
| B. Pencatatan Keuangan Sederhana .....                | 57        |
| C. Laporan Keuangan Dasar UMKM .....                  | 59        |
| D. Pengelolaan Arus Kas .....                         | 60        |
| E. Penentuan Harga Pokok Produksi .....               | 62        |
| <b>Bab VI Pengembangan Produk &amp; Inovasi .....</b> | <b>65</b> |
| A. Produk Sebagai Nilai dan Solusi .....              | 65        |
| B. Standarisasi Kualitas Produk .....                 | 67        |
| C. Pengemasan dan Nilai Tambah .....                  | 69        |
| D. Inovasi Produk Berbasis Pasar .....                | 71        |
| E. Keunggulan Kompetitif UMKM .....                   | 72        |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Bab VII Branding dan Pemasaran .....</b>                           | <b>75</b>  |
| A. Konsep Branding untuk UMKM .....                                   | 75         |
| B. Identitas dan Citra Merek .....                                    | 77         |
| C. Strategi Pemasaran Offline .....                                   | 79         |
| D. Pemasaran Digital dan Marketplace .....                            | 81         |
| E. Strategi Penjualan Berkelanjutan .....                             | 83         |
| <b>Bab VIII Digitalisasi &amp; Teknologi UMKM .....</b>               | <b>85</b>  |
| A. Transformasi Digitalisasi UMKM .....                               | 85         |
| B. Digitalisasi Operasional Usaha .....                               | 87         |
| C. Pemanfaatan Aplikasi Keuangan dan Stok .....                       | 89         |
| D. UMKM di Era Teknologi dan AI .....                                 | 90         |
| E. Tantangan dan Peluang Digitalisasi .....                           | 92         |
| <b>Bab IX Manajemen SDM &amp; Pengembangan Usaha .....</b>            | <b>95</b>  |
| A. Peran SDM dalam UMKM .....                                         | 95         |
| B. Rekrutmen dan Pengelolaan Karyawan .....                           | 97         |
| C. Penyusunan SOP Usaha .....                                         | 100        |
| D. Budaya Kerja Produktif .....                                       | 102        |
| E. Membangun Sistem Usaha Berkelanjutan .....                         | 104        |
| <b>Bab X Strategi Pengembangan dan Road Map UMKM Naik Kelas .....</b> | <b>107</b> |
| A. Strategi Pengembangan Usaha .....                                  | 107        |
| B. Perluasan Pasar dan Kemitraan .....                                | 109        |
| C. Akses Permodalan dan Pembiayaan .....                              | 111        |
| D. Roadmap UMKM Naik Kelas (1 - 3 Tahun) .....                        | 114        |
| E. UMKM Menuju Bisnis Berdaya Saing .....                             | 116        |
| <b>Bab XI Strategi Ekspansi dan Skalabilitas .....</b>                | <b>119</b> |
| A. Meningkatkan Kapasitas Produksi .....                              | 119        |
| B. Perluasan Pasar Lokal dan Nasional .....                           | 124        |
| C. Sistem Kemitraan dan Reseller .....                                | 128        |
| D. Waralaba sebagai Model Pengembangan UMKM .....                     | 133        |
| E. Peluang Ekspor bagi UMKM .....                                     | 137        |
| <b>Bab XII Ekosistem &amp; Kebijakan Pendukung UMKM .....</b>         | <b>143</b> |
| A. Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM .....                     | 143        |
| B. Peran Akademis dan Lembaga Pendidikan .....                        | 148        |
| C. Peran Komunitas dan Pendamping UMKM .....                          | 152        |
| D. Peran Swasta dan CSR .....                                         | 157        |
| E. Kolaborasi sebagai Kunci Keberlanjutan .....                       | 161        |
| <b>Bab XII Masa Depan UMKM Indonesia .....</b>                        | <b>165</b> |
| A. Tren dan Arah Pengembangan UMKM .....                              | 165        |
| B. UMKM Berbasis Inovasi dan Teknologi .....                          | 168        |
| C. UMKM Berkelanjutan dan Berwawasan Lingkungan .....                 | 172        |
| D. Penguatan SDM dan Kepemimpinan UMKM Masa Depan .....               | 175        |
| E. UMKM sebagai Pilar Ekonomi Nasional dan Global .....               | 177        |
| <b>Resep Masakan .....</b>                                            | <b>181</b> |
| <b>Daftar Pustaka .....</b>                                           | <b>193</b> |
| <b>Curriculum Vitae .....</b>                                         | <b>195</b> |

# Ingin Membawa UMKM Anda ke Level yang Lebih Tinggi?

UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang, namun sering kali menghadapi tantangan dalam bersaing di pasar yang lebih luas. Buku ini hadir untuk memandu Anda langkah demi langkah agar usaha kecil Anda dapat naik kelas dan berdaya saing.

- **Strategi praktis dan tips** meningkatkan kapasitas usaha
- **Cara mengakses permodalan** dan memperkuat keuangan
- **Teknik pemasaran efektif** untuk menjangkau pasar yang lebih luas
- **Inspirasi sukses dari UMKM** yang berhasil naik kelas

Dengan buku ini, Anda akan dibimbing langkah demi langkah untuk mengembangkan usaha kecil menjadi bisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan.

