

Analisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Klaten

Basuki*, Arie Rachma Putri, Agil Bayu Winoto, Amanda Oktavia.

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Klaten, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: basuki@umkla.ac.id)

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the economic development and growth of communities. This study aims to analyze the primary challenges faced by business operators in Klaten Regency across the aspects of production, marketing, and financing. The research employs a quantitative descriptive method, utilizing primary data collected from 30 business operators through questionnaires, interviews, focus group discussions, and observations. The majority of business operators are women, with an average age of 43 years, and they operate primarily in the culinary sector. The research findings indicate that the main challenges faced include limited marketing opportunities, restricted access to capital, and difficulties in obtaining adequate raw materials and production facilities. The implementation of digital marketing strategies remains minimal, hindering market expansion, and access to business financing is also limited. To address these issues, it is recommended to provide digital marketing training, ease access to microfinance, provide shared production facilities, and ensure the availability of raw materials. These efforts are expected to enhance the competitiveness and sustainability of SMEs in the face of the digital economy's development and promote local economic growth.

Keywords: MSMEs, Business Problems, Business Actors

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha di Kabupaten Klaten dalam aspek produksi, pemasaran, dan permodalan. Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data primer dari 30 pelaku usaha melalui kuesioner, wawancara, diskusi kelompok dan observasi. Mayoritas pelaku usaha adalah perempuan dengan rata-rata usia 43 tahun dan mereka bergerak terutama di sektor kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pemasaran, akses permodalan, serta kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan fasilitas produksi yang memadai. Penerapan strategi pemasaran digital masih minim sehingga menghambat perluasan pasar, dan akses terhadap pembiayaan usaha juga masih terbatas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, disarankan pelatihan pemasaran digital, kemudahan akses pembiayaan mikro, penyediaan fasilitas produksi bersama, dan penyedia bahan baku. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: UMKM, Permasalahan Usaha, Pelaku Usaha

How to cite: Basuki, B., Putri, A. R., Winoto, A. B., & Oktavia, A. (2025). Analisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 323–337. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.1835>



1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu langkah yang strategis dalam kebijakan industri guna meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

UMKM merupakan jenis usaha yang umumnya lahir dan berkembang di daerah pedesaan, karena karakteristiknya, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) masuk ke dalam kategori bisnis yang paling mampu bertahan dalam berbagai krisis keuangan. Selain itu, ciri-ciri lain yang membuat UMKM sangat penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang, adalah usaha padat karya yang dapat ditemukan di mana-mana, terutama di pedesaan, lebih bergantung pada bahan baku lokal, dan penyedia utama barang dan jasa yang diperlukan oleh orang-orang dengan pendapatan rendah atau miskin. UMKM merupakan jenis usaha yang paling dekat dengan masyarakat golongan menengah ke bawah, sehingga UMKM bisa dijadikan kunci utama dalam pengentasan kemiskinan dalam suatu wilayah (Ayandibu & Houghton, 2017). Sektor UMKM telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh.

Kontribusi sektor UMKM dalam menentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan sektor penghasil devisa negara juga tidak diragukan lagi. Peran UMKM sangat penting bagi perekonomian Indonesia, yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 61% atau sekitar Rp9.580 Triliun setiap tahunnya (Kadin Indonesia, 2024). Hal tersebut sejalan dengan pertumbuhan UMKM di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Selain itu, tenaga kerja yang terserap dalam sektor UMKM 97% total tenaga kerja Indonesia atau 117 juta orang. Saat ini, UMKM telah dijadikan agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat hingga Februari 2022 sudah mencapai 17,25 juta pelaku UMKM, pertumbuhan tersebut lebih cepat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Kompas.com, 2022).

Kabupaten Klaten menunjukkan dinamika yang sejalan dengan nasional dalam hal kontribusi UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Klaten memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi daerah. Pada tahun 2023, ada lebih dari 130.000 usaha kecil dan menengah (UMKM) yang beroperasi di seluruh kecamatan. Menurut data dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Klaten, usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini beroperasi di berbagai industri strategis, termasuk makanan dan minuman, kerajinan tangan, industri kreatif, perdagangan eceran, dan jasa. Sektor-sektor usaha tersebut diantaranya lurik, batik, keramik, makanan olahan, minapolitan, logam, mebel, konveksi, handycraft, dan desa wisata

(Diskominfo Kabupaten Klaten, 2023) . Penyerapan tenaga kerja adalah salah satu kontribusi terbesar sektor-sektor ini.

Sebagian besar usaha kecil dan menengah (UMKM) di Klaten berskala kecil dan menengah, tetapi sangat diminati oleh masyarakat non-formal seperti ibu rumah tangga dan tenaga kerja rumahan. Misalnya, industri batik dan lurik Klaten mempertahankan budaya lokal dan mempekerjakan ribuan perempuan melalui sistem kerja berbasis rumah tangga. Industri konveksi, kerajinan tangan, dan makanan olahan juga mempekerjakan orang dari komunitas sekitar. Secara ekonomi, usaha kecil dan menengah (UMKM) bertanggung jawab atas sebagian besar pendapatan rumah tangga. Makanan ringan, batik, kerajinan, dan produk perikanan adalah sumber pendapatan bagi banyak keluarga. Ribuan UMKM beroperasi di sektor makanan olahan hanya di desa-desa, menjual produk lokal seperti keripik, jamu, roti, sambal, dan abon. Produk ini dipasarkan secara lokal dan lintas daerah melalui platform digital (Dayar et al., 2024). Oleh karena itu, usaha kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan dan daya beli penduduk Klaten.

UMKM ini walaupun mempunyai kontribusi ekonomi yang sangat besar tetapi masih memiliki permasalahan-permasalahan yang menghambat pengembangan kinerja serta produktivitas usaha. UMKM yang ada saat ini sebagian masih berjalan dengan manajemen yang sederhana dan sesuai dengan kemampuan pemilik atau pengusaha yang menjalankannya (Ayandibu & Houghton, 2017). Akibatnya, UMKM belum mampu bersaing dengan UMKM lain yang menerapkan manajemen proses yang baik. Salah satu komponen penting dalam meningkatkan kinerja UMKM adalah pengaruh kompetensi sumber daya manusia, yang mencakup pemilik dan pengelola UMKM. Keterbatasan akses ke modal dan pembiayaan formal, kurangnya pengetahuan keuangan, kurangnya pemahaman dalam hal pemasaran, masalah bahan baku, dan lambatnya digitalisasi adalah beberapa dari masalah tersebut (Rachmawati et al., 2025). Selain itu, regenerasi pelaku usaha dan kurangnya kelembagaan juga menjadi masalah (Sukoco, 2019).

Beberapa penelitian telah dilakukan, salah satunya menjelaskan bahwa hal yang menjadi permasalahan dan penghambat perkembangan UMKM di negara-negara berkembang adalah akses kepada keuangan, pajak, kompetisi, listrik, dan faktor-faktor politik. Yang paling besar menjadi penghalang berkembangnya UMKM disebutkan bahwa akses keuangan dan kompetisi (Wang, 2016). Dalam penelitian Industri kecil batik di Kecamatan Masaran masih menghadapi permasalahan yang menghambat pertumbuhan kinerja perusahaan dan produktivitasnya. Beberapa masalah lain yang dihadapi antara adalah: teknik pewarnaan yang sulit, manajemen pemasaran yang buruk, kurangnya semangat kewirausahaan, dan kurangnya legalitas usaha. Problem-problem ini secara umum dapat dikategorikan sebagai masalah sumber daya manusia (Sya'diyah, 2013). Modal kerja dan akses pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, penelitian tersebut lebih menekankan pada permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dari berbagai sektor (A. C. S. Putri & Setyawan, 2024).

Fenomena dan kondisi yang dirasa oleh UMKM saat ini yaitu masih belum mampu untuk bersaing dengan UMKM lain yang telah menerapkan manajemen proses yang baik. Permasalahan lain yang dijumpai UMKM yaitu masih rendahnya pemahaman dan pengetahuan tentang manajemen keuangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pembelajaran dan pemahaman lebih lanjut mengenai manajemen keuangan agar dapat menilai kesehatan dan perkembangan usaha dengan lebih baik (A. R. Putri & Husna, 2024). Dalam menjalankan suatu usaha (bisnis) tentu para pelaku usaha masih menemui permasalahan permasalahan atau hambatan bagi perkembangan bisnisnya. Berdasarkan latar belakang tersebut tujuan penelitian adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Klaten dalam hal produksi, pemasaran, dan permodalan.

2. Tinjauan Pustaka

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang merupakan anak cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Sehingga UMKM dapat diartikan sebagai usaha milik orang perseorangan/pribadi dan badan usaha yang bukan merupakan anak cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki tolak ukur yang sudah ditentukan (Hidayat et al., 2022).

Kriteria untuk usaha mikro adalah sebagai berikut, berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 (Rahmadani & Subroto, 2022). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia diklasifikasikan berdasarkan kekayaan bersih dan penjualan tahunan. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih antara Rp50 juta hingga Rp500 juta, dengan penjualan tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Sementara itu, usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun klasifikasi UMKM terdiri dari empat kategori utama. Pertama, *livelihood activities*, yaitu UMKM yang berfungsi sebagai sarana mencari nafkah atau pekerjaan utama, umumnya termasuk dalam sektor informal seperti pedagang kaki lima. Kedua, *micro enterprise*, yaitu UMKM yang bersifat kerajinan atau usaha kecil, namun belum

menunjukkan karakter kewirausahaan. Ketiga, *small dynamic enterprise*, yaitu UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menjalin kerja sama dalam bentuk subkontrak maupun kegiatan ekspor. Keempat, *fast moving enterprise*, yaitu UMKM yang tidak hanya memiliki jiwa kewirausahaan, tetapi juga berada dalam tahap transformasi menuju usaha besar (UB) (Raselawati, 2011).

UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar. Beberapa ciri umum UMKM antara lain modal yang terbatas, di mana usaha sering kali dimulai dengan dana pribadi, pinjaman kecil, atau bantuan dari keluarga dan teman. Jumlah karyawan juga terbatas, bahkan ada yang hanya dijalankan oleh satu orang atau keluarga, meskipun ada pula yang mempekerjakan puluhan orang. Dari sisi pasar, UMKM umumnya berfokus pada wilayah lokal atau regional, melayani kebutuhan masyarakat sekitar, meskipun sebagian juga merambah pasar nasional atau internasional. UMKM juga dikenal memiliki tingkat inovasi dan fleksibilitas tinggi, memungkinkan mereka cepat menyesuaikan produk atau layanan sesuai tren pasar. Selain itu, UMKM umumnya memiliki struktur kepemilikan individual atau keluarga, yang membuat pemilik terlibat langsung dalam operasional sehari-hari, memberikan nuansa personal dalam pengelolaan usaha (Vinatra, 2023).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan yang produktif karena tidak membutuhkan persyaratan seperti pendidikan atau keterampilan pekerja untuk menjadi mampu menyerap tenaga kerja yang berasal dari berbagai latar belakang (Mane et al., 2022). Selain itu, UMKM meningkatkan perekonomian lokal dengan memberdayakan masyarakat sekitar dan membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan. UMKM dapat berkembang dengan cepat dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, menjadikannya sektor yang penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Peran UMKM terhadap kesejahteraan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian negara dan masyarakat. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sofyan, 2017).

Beberapa peran UMKM terhadap kesejahteraan :

1) Pengurangan kemiskinan dan kesenjangan sosial

UMKM memberikan kesempatan kepada individu dari lapisan ekonomi rendah untuk meningkatkan penghidupan mereka dengan mempekerjakan penduduk lokal dan mendorong perempuan dan kelompok lain untuk berpartisipasi. Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki potensi untuk mengurangi kesenjangan sosial dan kemiskinan (Liu, 2018)

2) Pemberdayaan ekonomi.

UMKM memberi peluang untuk menjadi wirausaha, memulai usaha sendiri, dan mendorong pemberdayaan ekonomi di masyarakat. Dengan memiliki usaha

sendiri, seseorang dapat menjadi lebih mandiri *finansial* dan tidak tergantung pada pekerjaan formal.

3) Pertumbuhan ekonomi lokal.

UMKM beroperasi di tingkat lokal atau regional. Apabila UMKM beroperasi dengan baik, pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan permintaan akan barang dan jasa lokal.

4) Peningkatan pendapatan dan konsumsi.

UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat melalui usaha yang sukses. Pendapatan dan konsumsi meningkat bersamaan dengan kesejahteraan ekonomi. Hal ini berarti meningkatkan standar hidup dan kualitas hidup masyarakat.

UMKM juga akan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang dibarengi dengan inovasi teknologi akan meningkatkan produktivitas usaha ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Surya et al., 2021).

Permasalahan umum UMKM

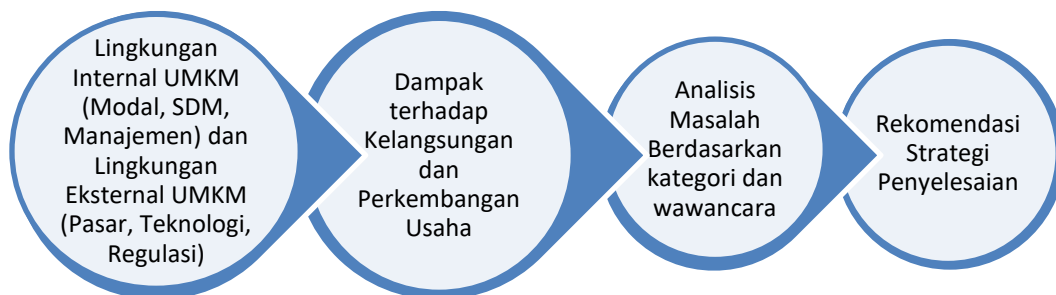
Pelaku UMKM menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat pengembangan usahanya. Terdapat delapan masalah-masalah utama yang dihadapi oleh para pengusaha kecil dan menengah yaitu : (1) Permasalahan Modal. (2) Permasalahan Pemasaran. (3) Permasalahan Bahan Baku. (4) Permasalahan Teknologi. (5) Permasalahan Manajemen. (6) Permasalahan Sistem Birokrasi. (7) Ketersediaan Infrastruktur. (8) Pola Kemitraan (Suyadi et al., 2018). Aspek pemasaran, pendanaan, produksi, sumber daya manusia, bahan, produk dan aspek hukum produksi. Manajemen keuangan dan distribusi merupakan salah satu permasalahan terbesar bagi sektor mikro bisnis di Kabupaten Bogor (Rainanto, 2019). Permasalahan lain yang dijumpai UMKM yaitu masih rendahnya pemahaman dan pengetahuan tentang manajemen keuangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pembelajaran dan pemahaman lebih lanjut mengenai manajemen keuangan agar dapat menilai kesehatan dan perkembangan usaha dengan lebih baik (A. R. Putri & Husna, 2024). Peneliti lain menjumpai permasalahan sejalan dengan yang dialami oleh mayoritas UMKM pada saat pandemi covid-19 yaitu menurunnya permintaan, kesulitan terhadap akses permodalan, dan tidak punya kemampuan untuk membiayai usahanya (Vanni, 2023). Setelah itu, stimulus berupa materiil baru akan efektif untuk dilakukan.

UMKM juga mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karna itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil pembangunan. Pelaku usaha UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuh-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecahan persoalan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

3. Metode Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian mengenai permasalahan yang dihadapi UMKM di Klaten adalah data primer. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan hasil temuan penelitian yang dilakukan melalui pengisian kuisisioner, wawancara dengan pelaku usaha, Focus Group Discussion (FGD), dan observasi di lapangan. Sumber informasi diperoleh dari hasil observasi dan wawancara (*in-depth interview*) dengan para pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Klaten secara random, untuk mencari permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam kaitannya dengan perkembangan UMKM. Durasi waktu perolehan data memerlukan waktu 1 hingga 2 bulan yaitu bulan Juli hingga Agustus 2024.

Penelitian dimulai dengan beberapa tahapan yaitu pengumpulan data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi, penyebaran kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Obyek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di wilayah Klaten secara random dari beberapa sektor usaha. Teknis pelaksanaan dalam penelitian yaitu dengan memberikan kuesioner. Kuesioner terstruktur diberikan kepada pelaku UMKM sebagai informan. Informan dengan teknik sampling sebanyak 30 pelaku usaha dari berbagai sektor usaha. Analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan analisis faktor untuk mengidentifikasi kelompok permasalahan utama. Wawancara dengan pelaku usaha diharapkan dapat memberikan informasi terkait berbagai masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM akan ditranskripsikan dari catatan lapangan ke dalam teks tertulis. Ini bertujuan untuk membuat analisis lebih mudah. Pada tahap ini, peneliti akan menyaring dan memilih data yang relevan dengan subjek penelitian, yaitu masalah yang dihadapi UMKM. Informasi yang tidak relevan atau terlalu umum akan dikelompokkan atau dieliminasi sesuai kebutuhan. Data yang telah direduksi akan dianalisis mengidentifikasi tema atau kategori dari berbagai masalah yang diungkapkan oleh informan. Contoh kategori masalah yang dijumpai adalah permodalan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan digitalisasi, serta regulasi pemerintah. Setiap tema dilengkapi dengan kutipan langsung atau ringkasan jawaban dari informan untuk mendukung analisis.



Gambar 1. Kerangka Alur Penelitian

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Responden dan Usaha

Analisis yang dilakukan dalam penelitian dengan 30 pelaku usaha di wilayah Kabupaten Klaten secara random yang mencakup profil demografis pemilik usaha, karakteristik usaha, dan masalah utama yang dihadapi. Hasil analisis menunjukkan bahwa sektor kuliner, masalah pemasaran, dan masalah permodalan adalah tantangan utama, serta potensi pengembangan yang besar. Tabel berikut merupakan hasil penelitian berdasarkan distribusi usia, distribusi gender, dan distribusi geografis.

Tabel 1. Distribusi Usia

Kategori Usia	Jumlah	Persentase	Keterangan
29-35 tahun	4	13,3%	Usia muda
36-45 tahun	16	53,3%	Usia produktif
46-53 tahun	10	33,3%	Usia matang
Total	30	100%	Rata-rata: 43,1 tahun

Tabel 2. Distribusi Gender

Gender	Jumlah	Persentase	Implikasi
Perempuan	20	66,7%	Dominasi <i>women entrepreneur</i> yaitu Perempuan mendominasi sebagai pelaku usaha, menunjukkan potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi perempuan.
Laki-laki	10	33,3%	Peran complementary yaitu laki-laki berperan sebagai pelengkap, mendukung kolaborasi usaha berbasis gender.
Total	30	100%	Potensi pemberdayaan perempuan yaitu terdapat peluang strategis untuk memperkuat program pemberdayaan perempuan di sektor usaha.

Tabel 3. Distribusi Geografis

Wilayah	Jumlah	Persentase	Karakteristik
Klaten Tengah	6	20,0%	Berada di pusat kota, fasilitas lengkap, aktivitas ekonomi tinggi
Klaten Utara	5	16,7%	Wilayah pinggiran kota, berkembang pesat, akses transportasi cukup baik
Klaten Selatan	3	10,0%	Perpaduan antara daerah kota dan desa, kegiatan usaha mulai tumbuh
Pedan	3	10,0%	Daerah yang masih kental dengan budaya lokal dan pola usaha tradisional
Bayat	4	13,3%	Sentra kerajinan, dikenal sebagai pusat kerajinan, khususnya gerabah dan batik
Lainnya	9	30,0%	Usaha tersebar di berbagai kecamatan lain di Klaten
Total	30	100%	Berasal dari berbagai lokasi di Kabupaten Klaten

Data berikut merupakan hasil berdasarkan sektor usaha, omset bulanan, dan durasi menjalankan usaha

Tabel 4. Sektor Usaha

Sektor Usaha	Sub-Kategori	Jumlah	Persentase	Contoh Usaha
Kuliner/Makanan	Makanan ringan/snack	8	26,7%	Keripik, camilan
	Minuman tradisional	4	13,3%	Wedang rempah, sirup jahe
	Kue dan roti	3	10,0%	Brownies, donat
	Makanan tradisional	5	16,7%	Pempek, lupis, ketan
Subtotal		20	66,7%	Dominan
Kerajinan	Batik dan ecoprint	2	6,7%	Batik tulis, ecoprint
	Gerabah dan bambu	2	6,7%	Kerajinan gerabah, bambu
Subtotal		4	13,3%	Tradisional
Jasa	Pendidikan (bimbel)	2	6,7%	Bimbingan belajar
	Digital services	2	6,7%	Percetakan, service HP
Subtotal		4	13,3%	Modern
Lainnya		2	6,7%	Produk khusus
Total		30	100%	

Tabel 5. Analisis Omset Bulanan

Kategori Omset	Jumlah Usaha	Persentase	Karakteristik
< Rp 1 juta	3	10,0%	Usaha mikro
Rp 1-3 juta	11	36,7%	Usaha kecil
Rp 3-5 juta	8	26,7%	Usaha menengah bawah
> Rp 5 juta	8	26,7%	Usaha menengah atas
Total	30	100%	
Statistik	Nilai		Keterangan
Rata-rata	Rp 4.000.000		Mean
Median	Rp 3.000.000		Nilai tengah
Modus	Rp 3.000.000		Nilai yang sering muncul

Tabel 6. Durasi Menjalankan Usaha

Usia Usaha	Jumlah	Persentase	Fase Bisnis
< 2 tahun	5	16,7%	Start-up: Usaha masih dalam tahap awal
2-5 tahun	12	40,0%	Growth: Usaha berada pada fase pertumbuhan.
5-10 tahun	8	26,7%	Maturity: Usaha sudah relatif stabil dan mapan
> 10 tahun	5	16,7%	Established: Usaha telah memiliki reputasi yang kuat, pengalaman luas, serta sistem manajemen yang matang
Total	30	100%	
Rata-rata	7,4 tahun		Usaha mapan

Analisis Permasalahan Utama

Data berikut merupakan hasil analisis masalah berdasarkan frekuensi dan permasalahan per kategori yaitu masalah pemasaran, permodalan, bahan baku.

Tabel 7. Kategorisasi Masalah Berdasarkan Frekuensi

Kategori Masalah	Jumlah Usaha	Persen tase	Ranking	Deskripsi
Pemasaran	16	53,3%	1	Promosi, branding, akses pasar
Permodalan	13	43,3%	2	Modal kerja, pembiayaan, investasi
Bahan Baku	8	26,7%	3	Kenaikan harga, volatilitas
Fasilitas/ Peralatan	6	20,0%	4	Peralatan produksi, tempat usaha
Operasional Lainnya	5	16,7%	5	Cuaca, kerjasama, dukungan

Tabel 8. Masalah Pemasaran (16 usaha)

Sub-Masalah	Frekuensi	Contoh Kasus
Promosi/Iklan terbatas	8	"Keterbatasan iklan, persaingan harga"
Dampak pandemi	4	"Pemasaran setelah pandemi sulit"
Akses pasar terbatas	4	"Pasar dan pemasaran"

Tabel 9. Permasalahan Permodalan (13 usaha)

Sub-Masalah	Frekuensi	Contoh Kasus
Modal kerja	7	"Kekurangan modal usaha"
Modal pengembangan	4	"Permodalan untuk pengembangan usaha"
Investasi peralatan	2	"Modal dan peralatan"

Tabel 10. Masalah Bahan Baku (8 usaha)

Sub-Masalah	Frekuensi	Contoh Kasus
Kenaikan harga	6	"Bahan baku naik terus"
Volatilitas harga	2	"Harga bahan pokok naik turun"

Ringkasan Temuan dan Permasalahan

Tabel 11. Ringkasan Profil UMKM

Aspek	Temuan Utama	Implikasi
Demografi	66,7% perempuan, usia rata-rata 43 tahun	Potensi women entrepreneurship
Sektor	66,7% kuliner, 13,3% kerajinan	Perlu diversifikasi ekonomi
Kinerja	Omset rata-rata Rp 4,2 juta, 40% growth phase	Potensi pengembangan besar
Lokasi	Tersebar dibeberapa kecamatan	Perlu pendekatan regional

Tabel 12. Peta Permasalahan

Prioritas	Masalah	Dampak	Solusi Potensial
Tinggi	Pemasaran (53,3%)	Pertumbuhan terhambat	Platform digital, branding
Tinggi	Permodalan (43,3%)	Skala usaha terbatas	Akses pembiayaan mikro
Sedang	Bahan baku (26,7%)	Margin tertekan	Sistem distribusi, koperasi
Sedang	Fasilitas (20%)	Produktivitas rendah	fasilitas bersama (<i>shared facilities</i>), hibah

4.2. Pembahasan

Profil demografi pelaku usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kabupaten Klaten berada pada kelompok usia produktif, yakni 36 - 45 tahun, dengan rata-rata usia 43 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM merupakan individu yang secara usia siap dan mampu untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya. Dari sisi gender, terdapat dominasi perempuan sebagai pelaku usaha (66,7%), yang mengindikasikan besarnya peran perempuan dalam perekonomian lokal dan potensi besar dalam program pemberdayaan perempuan. Secara geografis, pelaku UMKM tersebar di berbagai wilayah dengan konsentrasi terbesar di Klaten Tengah, namun 30% berada di wilayah lainnya, menunjukkan bahwa aktivitas UMKM tidak terpusat, melainkan tersebar secara merata di seluruh Kabupaten Klaten. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan pengembangan UMKM yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing wilayah.

Karakteristik Usaha

Sektor kuliner menjadi sektor dominan dalam struktur usaha UMKM di Klaten, mencapai 66,7% dari total responden. Sub-sektor seperti makanan ringan, minuman tradisional, dan makanan khas lokal menjadi unggulan. Di samping itu, terdapat sektor kerajinan seperti batik dan gerabah, serta sektor jasa seperti bimbingan belajar dan jasa digital. Dari sisi pendapatan, sebagian besar UMKM memiliki omset bulanan antara Rp 1 juta hingga Rp 5 juta, dengan rata-rata sebesar Rp 4,2 juta. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM berada pada tingkatan usaha mikro hingga menengah bawah. Meskipun begitu, tingkat rata-rata tersebut menunjukkan adanya potensi pertumbuhan yang cukup menjanjikan jika diberikan dukungan dan akses yang memadai.

Durasi atau usia usaha juga menunjukkan hal positif. Sebanyak 40% UMKM berada pada fase pertumbuhan (*growth*), dan 26,7% berada pada fase kematangan (*maturity*). Rata-rata usia usaha adalah 7,4 tahun. Ini menandakan bahwa sebagian besar pelaku sudah menjalankan usahanya cukup lama dan telah melewati masa awal usaha hingga bertahan sampai sekarang.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM

Ada beberapa permasalahan utama UMKM yaitu:

- 1) Permasalahan yang paling dominan dialami pelaku UMKM di Klaten adalah dalam aspek pemasaran dan permodalan. Sebanyak 53,3% pelaku mengeluhkan kesulitan dalam memasarkan produk mereka. Masalah utama dalam pemasaran ini mencakup kurangnya promosi, keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, serta dampak negatif dari pandemi yang masih terasa.
- 2) Permasalahan yang dihadapi selain pemasaran adalah permodalan. Sebanyak 43,3% pelaku usaha menghadapi kendala dalam permodalan. Masalah ini mencakup kurangnya modal kerja, kebutuhan modal untuk pengembangan usaha, serta keterbatasan investasi dalam peralatan produksi.

3) Bahan baku juga menjadi masalah bagi pelaku usaha, yaitu sebanyak 26,7%, khususnya terkait dengan kenaikan harga dan fluktuasi harga pasar.

Beberapa permasalahan sebenarnya dialami oleh mayoritas UKMM di Indonesia. Secara umum UMKM di Indonesia menghadapi berbagai masalah, seperti kurangnya legalitas usaha, keterbatasan akses usaha mikro terhadap permodalan, teknologi, informasi pasar, serta faktor produksi lainnya. Selain itu, UKM juga menghadapi tantangan berupa rendahnya kompetensi kewirausahaan dan lokasi usaha yang tidak stabil (Hartono & Hartomo, 2014).

Aspek pemasaran juga dikeluhkan oleh para pelaku usaha, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek pemasaran mengakibatkan penggunaan metode-metode pemasaran yang masih sangat mendasar dan kurang efektif. Permasalahan ini terkait dengan pemasaran digital yang dialami oleh para pelaku usaha tersebut dapat dipahami karena sebagian besar mereka merupakan generasi yang saat ini berusia 40 tahunan, bahkan ada beberapa yang sudah berusia 50 tahunan. Pemasaran digital yang sedang marak saat ini disebarluaskan menggunakan alat komunikasi mobile seperti HP, Laptop, Tablet, dan lainnya (Ryan, 2020).

Tantangan lain yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha adalah ketersediaan peralatan dan bahan baku dengan kualitas yang konsisten serta jumlah yang memadai. Karena sebagian besar pelaku usaha adalah usaha bidang kuliner yang memproduksi makanan. Pelaku usaha sangat terpengaruh bila ketersediaan bahan baku yang tidak stabil, baik uantitas maupun kualitas.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai karakteristik UMKM di Kabupaten Klaten dengan temuan-temuan yang relevan untuk pengembangan kebijakan ekonomi lokal. Dari aspek demografis, mayoritas pelaku UMKM berada pada usia produktif (rata-rata 43 tahun) dengan dominasi perempuan mencapai 66,7%. Distribusi geografis yang tersebar merata menunjukkan pemerataan kesempatan ekonomi yang baik, namun memerlukan pendekatan pengembangan yang disesuaikan dengan karakteristik wilayah. Sektor kuliner mendominasi struktur usaha (66,7%) dengan rata-rata omset Rp 4,2 juta per bulan, mengindikasikan UMKM berada pada kategori mikro-kecil dengan potensi pertumbuhan yang menjanjikan. Usia usaha rata-rata 7,4 tahun dengan 40% berada pada fase pertumbuhan menandakan fondasi usaha yang cukup kuat.

Kendala utama yang dihadapi adalah masalah pemasaran (53,3%) dan permodalan (43,3%) yang saling berkaitan dan memerlukan solusi terintegrasi. Temuan ini konsisten dengan literatur UMKM nasional dan memperkuat argumen bahwa UMKM membutuhkan dukungan sistematis untuk berkembang optimal meskipun memiliki potensi besar dalam menggerakkan ekonomi lokal. Secara keseluruhan, analisis menunjukkan bahwa hambatan terbesar untuk pertumbuhan UMKM adalah masalah pemasaran dan permodalan. Pengaruhnya sangat signifikan karena menghambat pertumbuhan skala usaha dan ekspansi pasar. Solusi yang direkomendasikan adalah

digitalisasi pemasaran melalui pelatihan dan akses pada platform digital, serta pembukaan akses terhadap pembiayaan mikro. Masalah lain seperti keterbatasan fasilitas produksi dan harga bahan baku yang tidak stabil juga turut menekan produktivitas UMKM. Oleh karena itu, pemerintah daerah disarankan untuk memberikan fasilitas bersama (*shared facilities*) dan membentuk koperasi distribusi bahan baku untuk menjamin pasokan yang lebih stabil dan efisien.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Klaten yang telah mendukung penelitian ini. Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penelitian dan penyelesaian penulisan naskah, juga kepada para pemilik usaha yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi terkait usaha yang dijalankan.

Referensi

- Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). The role of Small and Medium Scale Enterprise in local economic development (LED). *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 133–139. <https://doi.org/10.24052/JBRMR/262>
- Dayar, M. B., Syafitri, A. D. A., Damayanti, T., Wirapradipta, I. M., B, H. I. N., & Margaretha, J. A. (2024). Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan. *International Journal of Community Service Learning*, 8(4), 455–466. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v8i4.84705>
- Diskominfo Kabupaten Klaten. (2023). *Bupati: UMKM Klaten Harus Naik Kelas*. <https://klatenkab.go.id/bupati-umkm-klaten-harus-naik-kelas/umkm-naik-kelas>
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1), 15–30. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi (HM.4.6/88/SET.M.EKON.3/04/2021). In *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia* (HM.4.6/88/SET.M.EKON.3/04/2021). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>
- Kompas.com. (2022). *Kemenkop UKM: Sudah 17,25 Juta UMKM yang Terhubung ke Platform Digital*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/02/24/153800426/kemenkop-ukm--sudah-17-25-juta-umkm-yang-terhubung-ke-platform-digital>
- Liu, C. K. (2018). The Role of MSMEs in Achieving Sustainable Development Goals. *SDG Knowledge Center*, 5. <https://coilink.org/20.500.12592/vtn1x8>

- Mane, A. A., Loli, H., Menne, F., Pannyiwi, R., Hasan, S., & Karim, A. (2022). Peran UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Kaloling. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 341–346. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.548>
- Putri, A. C. S., & Setyawan, I. R. (2024). Pengaruh modal kerja dan akses pendanaan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 228–240. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i1.28422>
- Putri, A. R., & Husna, F. K. (2024). Financial management analysis of Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 4(1), 68–78. <https://doi.org/10.53088/jerps.v4i1.858>
- Rachmawati, Ie., Saputra, D. P., & Risma Millatul Ummah. (2025). Penggalan Potensi Wisata Desa Kemlagi dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Tematik. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 4(2), 10–19. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v4i2.3041>
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Rainanto, B. . (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 201 – 210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Raselawati, A. (2011). *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ryan, D. (2020). *Understanding digital marketing: A complete guide to engaging customers and implementing successful digital campaigns*. Kogan Page Publishers.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33–64.
- Sukoco, J. B. (2019). Kapasitas Kelembagaan Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 15–22. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.21215>
- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic growth, increasing productivity of smes, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–37. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis - Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Sya'diyah, S. (2013). Pengrajin Batik di Era Modernisasi (Studi Industri Kecil Batik Dewi Brotojoyo di Desa Pilang, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen). In *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi* (Vol. 3, Issue 2).
- Vanni, K. M. (2023). Permasalahan UMKM di Masa Pandemi dan Peran Pembiayaan

- KSPPS. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 110–119. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i1.14095>
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey. *Borsa Istanbul Review*, 16(3), 167-176. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2016.06.001>