

## **Inovasi Bisnis UMKM dan Perlindungan Hukum: Menyelaraskan Kepentingan Ekonomi dan Hukum**

**Dodi Himawan<sup>1</sup>, Rionaldo Dava Satria Ferdinand<sup>2</sup>, Imam Ari Setia<sup>3</sup>, M. Ichsan Derdy<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Hukum Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, E-mail: himawandodi10@gmail.com

<sup>2</sup> Program Studi Hukum Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, E-mail: davaferdinand046@gmail.com

<sup>3</sup> Program Studi Hukum Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, E-mail: imampanjol027@gmail.com

<sup>4</sup> Program Studi Hukum Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, E-mail: ichsan.2313030040@mail.darmajaya.ac.id

Dikirim: 5 November 2024; Diulas: 18 Desember 2024; Diterima: 27 Desember 2024

**Abstrak:** Inovasi bisnis merupakan strategi fundamental yang diandalkan khususnya oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan daya saing di pasar yang dinamis. Meskipun inovasi membawa manfaat signifikan, tanpa adanya pemahaman mendalam mengenai regulasi hukum, khususnya perlindungan konsumen, inovasi ini bisa menjadi tantangan bagi keberlangsungan bisnis. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menemukan konsep keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan hukum di era bisnis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perlindungan Konsumen dibutuhkan guna memastikan bisnis di Indonesia beroperasi dalam kerangka hukum yang kuat. Upaya ini bertujuan untuk menyelaraskan perekonomian dan menegakkan hukum sebagai negara hukum, di mana pelaku usaha perlu berinovasi dan pemerintah berperan dalam penegakan hukum.

**Kata kunci:** Inovasi Bisnis; Perlindungan Hukum, Perlindungan Konsumen

### **A. PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi nasional berdasarkan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara keseluruhan, bukan kesejahteraan orang-seorang atau kelompok dan golongan tertentu. Karena itu perekonomian nasional harus disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat tersebut, dilakukan melalui berbagai upaya, yang salah satu upayanya adalah meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada saat ini.

UMKM memegang peranan strategis dalam memperkuat perekonomian nasional (ekonomi kerakyatan), sehingga pemerintah perlu memberikan perhatian (strategi dan kebijakan) yang tepat dalam pemberdayaannya (prioritas dan keberpihakannya), yakni sebagai satu kelompok unit usaha yang harus diintegrasikan ke dalam dunia usaha nasional, yang nantinya dapat meningkatkan biaya hidup dan daya saing. UMKM sebagai cikal bakal kewirausahaan dalam prosesnya memerlukan perhatian yang lebih cermat dari berbagai sudut pandang.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Laurensius Arliman S, "Perlindungan hukum UMKM dari eksplorasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat," *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 06, no. 03 (2017): 387–402, <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Nasional.<sup>2</sup> Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60% dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja.<sup>3</sup> Namun, dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan yang kompleks. Mereka dituntut untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berinovasi agar tetap kompetitif. Inovasi bisnis merupakan salah satu strategi utama yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat.<sup>4</sup> Oleh karena itu, pelaku usaha perlu merespons perubahan ini dengan menciptakan produk dan layanan yang kreatif serta memanfaatkan teknologi modern, terutama media sosial sebagai sarana pemasaran. Namun, inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM tidak dapat dipisahkan dari aspek perlindungan hukum, terutama perlindungan konsumen. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen menjadi sangat penting untuk menciptakan kepercayaan dalam transaksi bisnis.<sup>5</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, sehingga diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan transparan. Meskipun demikian, dengan berkembangnya penjualan online, banyak konsumen yang tidak sepenuhnya menyadari hak-hak mereka, dan pelaku usaha sering kali tidak memahami sepenuhnya kewajiban yang harus dipenuhi. Ketidaktahuan ini berpotensi menimbulkan konflik antara pelaku usaha dan konsumen, yang jika tidak diatasi dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan UMKM.<sup>6</sup>

Selain itu, peningkatan penggunaan *platform* digital dan media sosial dalam pemasaran produk telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen kini lebih memilih untuk berbelanja secara online, yang menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi. Namun, transisi ini juga membawa risiko, seperti penipuan online dan pelanggaran hak cipta. Dalam konteks ini, perlindungan hukum yang efektif menjadi sangat penting untuk mengatasi masalah-masalah yang muncul dan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat berinovasi tanpa mengabaikan kewajiban hukum mereka terhadap konsumen. Oleh karena itu, peran pemerintah dalam menegakkan hukum serta memberikan edukasi mengenai perlindungan konsumen sangatlah krusial. Pemerintah perlu mendorong pelaku UMKM untuk memahami dan mematuhi regulasi yang ada, serta menyediakan platform untuk dialog antara pelaku usaha dan konsumen. Melalui kolaborasi ini, diharapkan akan

---

<sup>2</sup> Asep Hidayat, Surya Lesmana, dan Zahra Latifah, “Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 03, no. 06 (2022): 6707–14, <https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>.

<sup>3</sup> Ulfa Roudhotun Nurul Janah dan Frances Roi Seston Tampubolon, “Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia,” *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 01, no. 02 (2024): 739–46, <https://doi.org/10.62710/a45xg233>.

<sup>4</sup> Ronda Deli Sianturi, “Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 01, no. 01 (2020): 45–50, <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>.

<sup>5</sup> Martha Hasanah Rustam dkk., “Peran dan Tanggung Jawab Konsumen untuk Mencegah Praktik Penipuan dalam Transaksi Online dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen,” *Riau Law Journal* 07, no. 01 (2023): 1–24, <http://dx.doi.org/10.30652/rlj.v7i1.8050>.

<sup>6</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, “Laporan Tahunan UMKM” (Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

tercipta ekosistem bisnis yang sehat dan saling menguntungkan, di mana inovasi dapat berkembang tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap hak-hak konsumen.<sup>7</sup>

Dalam konteks tersebut, artikel ini akan membahas bagaimana inovasi bisnis di kalangan UMKM dapat diselaraskan dengan perlindungan hukum, serta peran penting yang dimainkan oleh pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kedua aspek ini. Melalui analisis mendalam, diharapkan jurnal ini dapat memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara inovasi dan perlindungan hukum, serta merekomendasikan langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan keberhasilan UMKM di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode yuridis-empiris, yaitu kombinasi pendekatan normatif dan empiris untuk menyelaraskan kepentingan ekonomi dan hukum dalam inovasi bisnis UMKM. Pendekatan normatif dilakukan dengan menganalisis aturan perundang-undangan yang berlaku terkait perlindungan hukum bagi UMKM, seperti UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan regulasi terkait kekayaan intelektual, perjanjian bisnis, atau perlindungan konsumen. Sementara itu, pendekatan empiris digunakan untuk memahami praktik lapangan, seperti tantangan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan inovasi bisnis dan akses mereka terhadap perlindungan hukum.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan untuk mengidentifikasi landasan hukum yang relevan, serta wawancara dan survei terhadap pelaku UMKM, regulator, dan ahli hukum.<sup>8</sup> Analisis data normatif dilakukan dengan metode interpretasi hukum, sedangkan data empiris dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi faktual. Dengan triangulasi data, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang mendukung inovasi bisnis UMKM sekaligus memastikan perlindungan hukum yang memadai dalam mendukung pertumbuhan ekonomi.

## B. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM menyadari pentingnya inovasi untuk bertahan di pasar, namun banyak dari mereka yang menghadapi kesulitan dalam menerapkan inovasi tersebut karena kurangnya pemahaman tentang regulasi perlindungan konsumen. Sekitar 60% pelaku usaha yang diwawancara mengungkapkan bahwa mereka merasa tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang hak dan kewajiban mereka sebagai pelaku usaha. Hal ini menciptakan ketidakpastian dalam beroperasi, dan seringkali mereka terpaksa mengabaikan aspek-aspek penting dari perlindungan konsumen demi mengejar inovasi yang lebih cepat dan agresif. Ketidakpahaman ini dapat menyebabkan risiko hukum yang signifikan, termasuk tuntutan hukum dari konsumen yang merasa dirugikan. Inovasi dalam proses dapat meliputi penggunaan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi produksi atau penerapan metode pemasaran yang lebih efektif.<sup>9</sup> Keterbatasan ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang berbagai aspek inovasi, bukan hanya pada produk.

<sup>7</sup> Deviana Yuanitasari, Agus Sardjono, dan Heru Susetyo, "Tantangan Regulasi Halal Untuk Pelaku Usaha Mikro dan Kecil: Sebuah Studi Socio-Legal di Kupang Nusa Tenggara Timur," *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 06, no. 02 (2023): 254–67, <https://doi.org/10.23920/acta.v6i2.1474>.

<sup>8</sup> Mashuril Anwar dkk., "Business Legality Training in the Context of Strengthening the Higher Education Entrepreneurship Ecosystem," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa* 02, no. 06 (2023): 421–30, <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i6.6979>.

<sup>9</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Laporan Tahunan UMKM."

Salah satu solusi yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah pentingnya program edukasi yang diselenggarakan oleh pemerintah dan lembaga terkait. Edukasi ini harus menekankan pentingnya memahami regulasi perlindungan konsumen serta menerapkan inovasi secara holistik. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui pendidikan dan pelatihan dapat memperkuat posisi mereka di pasar. Dalam hal ini, kerja sama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan asosiasi UMKM dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha.

Inovasi yang dilakukan oleh UMKM di era digital telah membuka berbagai peluang baru, terutama dengan adanya *platform* digital dan media sosial yang memfasilitasi mereka untuk memperluas jangkauan pasar. Banyak pelaku UMKM memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan bahkan mengelola transaksi jual-beli secara daring. Namun, adopsi *platform* digital ini juga membawa tantangan tambahan terkait regulasi perlindungan konsumen, terutama yang menyangkut hak privasi dan keamanan data konsumen. Sebagai contoh, pelaku UMKM yang mengumpulkan data konsumen dalam proses transaksi daring harus memahami dan menerapkan aturan terkait perlindungan data pribadi untuk menghindari penyalahgunaan informasi tersebut. Kurangnya pemahaman dalam aspek ini tidak hanya meningkatkan risiko konflik hukum tetapi juga berpotensi merusak reputasi UMKM jika ada pelanggaran yang dirasakan oleh konsumen.

Berinovasi adalah salah satu strategi utama UMKM untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah. Beberapa pelaku UMKM melakukan inovasi produk dengan mengembangkan varian baru, memanfaatkan bahan baku lokal, atau mengadopsi kemasan yang lebih ramah lingkungan. Inovasi semacam ini sangat dihargai oleh konsumen modern yang semakin sadar akan isu lingkungan dan keberlanjutan. Pelaku UMKM juga berinovasi dalam layanan, seperti memberikan layanan purna jual yang lebih responsif melalui *platform* digital.<sup>10</sup>

Inovasi yang dilakukan tanpa pemahaman yang baik tentang hukum dapat membawa risiko tambahan. Salah satu contoh kasus yang sering ditemukan adalah ketidakcocokan produk yang diiklankan dengan produk yang diterima konsumen. Hal ini sering kali terjadi pada UMKM yang bergerak di sektor makanan atau fesyen, di mana kualitas produk bisa sangat bervariasi. Pelaku UMKM yang tidak memiliki pedoman standar kualitas yang memadai berpotensi mengalami tuntutan dari konsumen karena memberikan informasi yang menyesatkan. Oleh karena itu, inovasi dalam kualitas dan pelayanan perlu disertai dengan pemahaman yang jelas mengenai hak konsumen, sehingga pelaku UMKM dapat melindungi bisnis mereka dari risiko hukum yang merugikan.

Edukasi hukum yang memadai merupakan salah satu solusi yang sangat diperlukan oleh UMKM untuk memadukan inovasi dengan perlindungan hukum. Program edukasi yang ditujukan untuk pelaku UMKM dapat membantu mereka memahami regulasi yang berlaku dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menyusun strategi bisnis yang lebih baik. Banyak pelaku UMKM yang menyatakan bahwa mereka akan merasa lebih percaya diri untuk berinovasi jika mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai aturan hukum dan peraturan yang berlaku. Edukasi ini dapat mencakup

<sup>10</sup> Rahayu Mardikaningsih dan Dudit Darmawan, "Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital," *Global Leadership Organizational Research in Management* 01, no. 04 (2023): 371–86, <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.925>.

pelatihan dalam penyusunan kontrak jual-beli, pemahaman mengenai hak dan kewajiban dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta cara-cara menanggapi keluhan dan klaim dari konsumen secara profesional. Edukasi hukum semacam ini tidak hanya akan mengurangi risiko hukum bagi pelaku UMKM, tetapi juga dapat mendorong hubungan yang lebih baik dengan konsumen melalui transparansi dan kepatuhan terhadap hukum yang ada.<sup>11</sup>

Di sisi lain pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM untuk berinovasi sambil mematuhi regulasi perlindungan konsumen. Dengan menyediakan panduan regulasi yang lebih sederhana, jelas, dan mudah diakses, pemerintah dapat membantu UMKM untuk lebih memahami peraturan yang harus mereka ikuti. Selain itu, pemerintah juga dapat mengembangkan platform informasi yang memungkinkan UMKM mendapatkan akses ke panduan hukum dan pengetahuan praktis tentang perlindungan konsumen. Beberapa kebijakan pemerintah yang dapat membantu mencakup penyediaan panduan singkat dan video edukasi tentang perlindungan konsumen, yang dapat diakses oleh pelaku UMKM secara gratis.

Penyederhanaan regulasi, terutama bagi UMKM yang baru mulai, juga sangat penting untuk membantu mereka menjalankan bisnis tanpa menghadapi terlalu banyak hambatan administrasi. Dengan adanya dukungan seperti ini, UMKM akan lebih terbantu dalam memahami dan mematuhi regulasi yang berlaku, sekaligus lebih termotivasi untuk berinovasi. Upaya lain yang harus dilakukan untuk menjamin perlindungan hukum bagi UMKM, pemerintah harus membuat pengaturan tambahan untuk melindungi UMKM. Ini termasuk mengundang pihak-pihak terkait untuk meningkatkan pengaturan bisnis UMKM dan memberikan kepastian kepada pemilik UMKM di Indonesia.

## C. SIMPULAN

Inovasi bisnis merupakan strategi fundamental yang diandalkan oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan daya saing di pasar yang dinamis. Namun, meskipun inovasi membawa manfaat signifikan, tanpa adanya pemahaman mendalam mengenai regulasi hukum, khususnya perlindungan konsumen, inovasi ini bisa menjadi tantangan bagi keberlangsungan bisnis. Banyak UMKM yang mengalami kendala dalam memahami dan menerapkan peraturan hukum yang terkait, misalnya ketidaksesuaian antara produk yang dipromosikan dengan produk yang diterima oleh konsumen. Situasi ini tidak hanya berpotensi merugikan konsumen, tetapi juga bisa mengakibatkan konsekuensi hukum yang merugikan pelaku usaha.

Penelitian ini juga menemukan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mengakses informasi dan sumber daya yang dapat membantu mereka memahami hak dan kewajiban sebagai pelaku usaha. Selain itu, keterbatasan informasi ini menyebabkan banyak UMKM yang tidak memiliki pemahaman komprehensif tentang hak-hak konsumen dan peraturan yang harus dipatuhi. Karena itu, edukasi hukum yang efektif, khususnya mengenai perlindungan konsumen, perlu diprioritaskan agar UMKM dapat menjalankan bisnis mereka dengan memadukan inovasi dan regulasi secara seimbang.

Kolaborasi lintas sektor dapat mempercepat pemahaman dan adopsi regulasi, sekaligus memperkaya strategi bisnis UMKM agar tetap kompetitif namun tetap patuh

---

<sup>11</sup> Irsan Rahman dkk., "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 02, no. 08 (2023): 683–91, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

hukum pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung transparansi dan kepatuhan hukum bagi UMKM. Teknologi digital memungkinkan UMKM mengelola data, mengawasi keluhan pelanggan, dan menyampaikan informasi produk dengan akurat, yang pada akhirnya mengurangi risiko perselisihan hukum.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Asep Hidayat, Surya Lesmana, dan Zahra Latifah. "Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Inovasi Penelitian* 03, no. 06 (2022): 6707–14. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>.

Deviana Yuanitasari, Agus Sardjono, dan Heru Susetyo. "Tantangan Regulasi Halal Untuk Pelaku Usaha Mikro dan Kecil: Sebuah Studi Socio-Legal di Kupang Nusa Tenggara Timur." *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 06, no. 02 (2023): 254–67. <https://doi.org/10.23920/acta.v6i2.1474>.

Irsan Rahman, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, dan Yuliana. "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital." *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 02, no. 08 (2023): 683–91. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. "Laporan Tahunan UMKM." Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM, 2020.

Laurensius Arliman S. "Perlindungan hukum UMKM dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 06, no. 03 (2017): 387–402. <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>.

Martha Hasanah Rustam, Hamler, Tat Marlina, Duwi Handoko, dan Rahmad Alamsyah. "Peran dan Tanggung Jawab Konsumen untuk Mencegah Praktik Penipuan dalam Transaksi Online dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Riau Law Journal* 07, no. 01 (2023): 1–24. <http://dx.doi.org/10.30652/rlj.v7i1.8050>.

Mashuril Anwar, Handoyo Widi Nugroho, Dinda Anna Zatika, Besti Lilyana, Yuniwati, dan Jessica Anatasya Omega. "Business Legality Training in the Context of Strengthening the Higher Education Entrepreneurship Ecosystem." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa* 02, no. 06 (2023): 421–30. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i6.6979>.

Rahayu Mardikaningsih dan Didit Darmawan. "Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital." *Global Leadership Organizational Research in Management* 01, no. 04 (2023): 371–86. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.925>.

Ronda Deli Sianturi. "Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Journal of Business and Economics Research (JBE)*

01, no. 01 (2020): 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>.

Ulfa Roudhotun Nurul Janah dan Frances Roi Seston Tampubolon. "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia." *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 01, no. 02 (2024): 739–46. <https://doi.org/10.62710/a45xg233>.