

# **Analisis Elastisitas Permintaan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

**Eka Ayuning Agustin**

Fakultas Sains dan Teknologi, Prodi Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Raya Gelam 250 Candi Sidoarjo

Email : [ekaaynga@gmail.com](mailto:ekaaynga@gmail.com)

*Abstract : The economy is developing very rapidly in this world, especially on Java Island. In making this journal, it aims to determine the Elasticity of Demand for the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Of course the elasticity of demand can have an impact on the MSMEs. By knowing the level of elasticity that occurs in Micro, Small and Medium Enterprises that occur in the surrounding community. How does the variable proportional change and coefficient at the MSME level. And analyze the elasticity of the Micro, Small and Medium Enterprises workers. Shows the elasticity of labor demand that can affect factors found in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) such as, the amount of production that increases or decreases which can be positive or negative.*

*Keywords: elasticity of demand, micro, small and medium enterprises, labor*

Abstrak : Ekonomi berkembang sangat pesat di dunia ini, apalagi di Pulau Jawa. Dalam pembuatan jurnal ini, bertujuan untuk mengetahui Elastisitas Permintaan terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM). Yang tentunya elastisitas permintaan dapat berdampak kepada UMKM tersebut. Dengan mengetahui tingkat elastisitas yang terjadi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yg terjadi pada masyarakat sekitar. Bagaimana perubahan proporsional variabel dan koefisien pada tingkatan UMKM tersebut. Dan menganalisis elastisitas pada tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil dan menengah.

Menunjukkan nilai elastisitas permintaan tenaga kerja yang dapat mempengaruhi factor-faktor yang terdapat pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) seperti, jumlah produksi yang meningkat ataupun menurun yang bisa bersifat positif maupun negative.

Kata Kunci : elastisitas permintaan, usaha mikro, kecil dan menengah, tenaga kerja

## **Pendahuluan**

Ekonomi merupakan studi yang mempelajari tentang bagaimana manusia memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana, seseorang dapat membuat pilihan dengan menggunakan uang ataupun tanpa uang. Menggunakan sumber produksi terbatas yang masih bisa digunakan untuk menghasilkan berbagai jenis barang ataupun komoditas lain yang bisa digunakan dari waktu ke waktu dan bisa didistribusikan menjadi keperluan konsumsi yang kita butuhkan kepada masyarakat lain. Pada perekonomian juga terdapat permintaan terhadap barang-barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Permintaan terhadap suatu barang bisa naik dan juga bisa turun. Kemampuan daya beli seseorang juga bisa terkait dengan tingkat pendapatan dan juga harga barang. Tingkat pendapatan atau jumlah uang dan harga bisa mempengaruhi kemampuan daya beli dan keinginan agar bisa mendapatkan sebuah yang terealisasi<sup>1</sup>.

Pada dasarnya ekonomi di Indonesia juga mencakup banyak hal yang harus diketahui oleh semua pihak. Seperti adanya Usaha Mikro, kecil dan Menengah yang ada. Dan jika dilihat, UMKM bisa memproduksi barang konsumsi dan jasa yang sangat dibutuhkan masyarakat. Dalam hal ini, elastisitas juga bisa mendukung jasa-jasa barang usaha yang di produksi oleh UMKM untuk pemasaran. Banyak sekali jenis UMKM yang ada di Indonesia ini seperti, usaha pertanian, usaha furniture, usaha fashion, dll. UMKM juga berkembang sangat pesat apalagi dengan adanya barang-barang elektronik yang bisa menguntungkan bagi pengembang usaha-usaha tersebut<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Muhammad David Rusdi dan Made Suparta, Jurnal Ekonomi & Bisnis : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging sapi di kota Surabaya.

<sup>2</sup>pendidikan.co.id › pengertian-umkm

## Pembahasan

### 1. Elastisitas Permintaan

#### Elastisitas

Elastisitas adalah perbandingan perubahan proporsional dari sebuah variabel dengan variabel lainnya. Tingkat elastisitas disini adalah tingkat terpengaruhnya jumlah barang yang diminta maupun yang ditawarkan Karena adanya perubahan harga. Jika yang berubah harga barang lain yang mempunyai hubungan komplemen atau substitusi, maka disebut **elastisitas silang (cross elasticity)** dimana perubahan jumlah barang X yang diminta disebabkan oleh perubahan barang lainnya (Y). Jika yang berubah pendapat maka disebut **elastisitas pendapat (income elasticity)** dimana perubahan permintaan akan suatu barang yang diakibatkan oleh adanya perubahan pendapatan (income) riil konsumen. Jika yang berubah iklan dari barang itu, maka disebut **elastisitas iklan ( advertising elasticity)**. Jika dengan adanya perubahan harga, jumlah barang yang diminta atau yang ditawarkan relative besar tingkat pengaruhnya maka permintaan dan penawaran ini dikatakan permintaan dan penawaran yang **elastis (bersifat sangat sensitif atau responsif, peka)**. Artinya, apabila adanya perubahan harga yang sedikit(kecil) saja akan berakibat perubahan yang besar terhadap jumlah barang, maka ini dinamakan sangat elasis. Sebaliknya, jika perubahan harga ini relative besar, tetapi tidak banyak berdampak terhadap perubahan jumlah barang, maka ini dikatakan **tidak elastis (tidak respon/tidak peka/inelastis)**.

Penggunaan paling umum dari konsep elastisitas ini adalah untuk meramalkan apa yang akan terjadi jika barang atau jasa dinaikkan. Bagi produsen, pengetahuan ini digunakan sebagai pedoman seberapa besar ia harus mengubah harga produknya.

Contoh : biaya produksi sebuah barang meningkat sehingga seorang produsen terpaksa menaikkan harga jual produknya. Menurut hukum perminta, tindakan menaikkan harga ini jelas akan menurunkan permintaan. Jika permintaan hanya menurun dalam jumlah yang kecil, kenaikan harga akan menutupi biaya produksi sehingga produsen masih dapat keuntungan. Jika peningkatan harga ini ternyata menurunkan permintaan demikian besar, maka bukan keuntungan yang ia peroleh.

## Permintaan

Permintaan adalah keinginan yang disertai oleh kemampuan untuk membeli barang dan jasa pada tingkat harga dan waktu tertentu. Menurut Daniel (2002), permintaan (Demand) adalah jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu pasar. Sementara pasar adalah tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen atas barang-barang ekonomi. Sebagian para ahli mengatakan bahwa pengertian permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada suatu tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku saat itu<sup>2</sup>.

Faktor-faktor yang Menentukan Permintaan yaitu :

### 1) Harga Barang itu Sendiri

Bila mana keadaan suatu barang jika barang tersebut lebih murah, maka permintaan pada barang tersebut akan naik atau bertambah. Dan sebaliknya bila barang itu sendiri memiliki harga yang lebih mahal, maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun atau rendah.

### 2) Harga Barang Lain atau Barang Substitusi

Harga barang lain juga memiliki pengaruh terhadap permintaan suatu barang. Akan tetapi, kedua macam barang tersebut memiliki keterkaitan. Dan kaitan dari kedua barang tersebut yaitu bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (penggenap atau pelengkap). Bila mana suatu barang menjadi barang substitusi dari barang lain, yaitu jika terpenuhinya paling tidak salah satu syarat dari dua syarat yang mempunyai fungsi atau kandungan yang sama. Misalnya, barang substitusi minyak tanah adalah mentega. Dan jika harga dari menteg meningkat atau mahal, otomatis harga relatif minyak tanah akan turun atau lebih murah, sehingga permintaan pada minyak tanah akan meningkat. Lalu, jika harga komplemen minyak tanah (misalnya wajan) turun atau rendah, maka permintaan terhadap wajan meningkat. Sehingga permintaan pada minyak tanah kemungkinan juga dapat meningkat.

### 3) Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat bisa dapat mempengaruhi daya beli suatu barang. Oleh karena itu, jika makin tinggi tingkat pendapatan masyarakat, maka makin tinggi atau meningkat pula daya beli barang tersebut. Sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

4) Distribusi Pendapatan dalam Masyarakat

Dalam sebuah kelompok masyarakat, tingkat pendapatan dalam kelompok itu penting. Tingkat pendapatan dapat memberikan sebuah kesimpulan yang salah jika distribusi pendapatan buruk. Karena, pada sebagian kelompok masyarakat dapat menguasai begitu besar perekonomian. Oleh karena itu, bila distribusi pendapatan buruk, maka daya beli suatu barang akan melemah. Sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

5) Cita Rasa, Selera atau Kebiasaan Masyarakat

Beragam cita rasa, selera atau kebiasaan masyarakat yang dimintai oleh warga yang ada. Dan cita rasa, selera dan kebiasaan masyarakat bisa memengaruhi permintaan suatu barang, misalnya saja beras. Meskipun dari segi harga yang hampir sama setiap tahunnya, permintaan beras pada Provinsi Maluku lebih rendah karena, orang-orang Maluku lebih sering mengonsumsi sagu daripada beras. Dan sebaliknya, di Sumatera Utara permintaan terhadap beras sangat tinggi dan juga mempunyai adat tersendiri yang membutuhkan adanya beras itu sendiri.

6) Jumlah Penduduk

Pada kasus ini, makin banyak jumlah penduduk makin tinggi permintaan yang dibutuhkan pada suatu barang, misalnya beras. Beras merupakan makanan pokok yang sangat dibutuhkan oleh penduduk Indonesia, maka permintaan terhadap beras yang ada di Indonesia sangat berhubungan secara khusus dengan jumlah penduduk.

7) Kondisi Mengenai Keadaan Di Masa yang Akan Datang

Jika perkiraan terhadap suatu harga akan naik di masa yang akan datang, maka akan lebih baik jika membeli suatu barang atau kebutuhan itu sekarang. Dengan mendorong seseorang untuk lebih memperoleh atau membeli barang lebih banyak saat ini untuk menghemat belanja kebutuhan di masa yang akan datang.

8) Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Pada perekonomian, banyak sekali penawaran-penawaran dari para penjual agar membeli barang yang ditawarkan dan bernilai besar peranannya dalam mempengaruhi keinginan masyarakat. Disamping itu, pengiklanan juga sangat penting bagi penjual yang memungkinkan masyarakat bisa mengenal barang-

barang yang ditawarkan atau dijual dapat menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut. Dan banyak sekali usaha-usaha promosi yang bisa dilakukan oleh penjual seperti, pemberian potongan harga saat launching produk atau barang, dan juga pemberian hadiah untuk para pembeli. Permintaan terhadap suatu barang akan berubah jika cita rasa, pendapatan, atau harga barang-barang lain mengalami perubahan. (Sukirno 2013).

Jenis-jenis Permintaan menurut daya belinya :

- **Permintaan Efetif**

Merupakan permintaan masyarakat pada suatu barang atau jasa yang memiliki daya beli dan kemampuan membayar. Maka dari itu, pada permintaan ini seorang konsumen memang benar-benar membutuhkan barang itu dan mampu membelinya atau membayanya.

- **Permintaan Potensial**

Permintaan terhadap suatu barang dan jasa yang memiliki kemampuan untuk membelinya dan melaksanakan pembelian tetapi, masih enggan untuk membeli barang atau jasa tersebut.

- **Permintaan Absolut**

Permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang tidak memiliki daya beli. Karena tidak memiliki kemampuan(uang) untuk melakukan pembelian pada barang dan jasa tersebut.

**Hukum Permintaan**

Hukum permintaan menyatakan bahwa penurunan harga suatu barang akan menaikkan kualitas atau tingkat permintaan. Dan sebaliknya, jika barang tersebut mengalami kenaikan harga maka, semakin sedikit/rendah permintaan pada barang tersebut.

Sifat – sifat tersebut sangat berhubungan satu sama lain karena jika adanya kenaikan suatu harga maka para konsumen akan menggunakan barang yang bersifat substitusi. Jika harga barang mengalami penurunan, maka masyarakat mengurangi pembelian terhadap barang lain dan menambah pembelian terhadap barang yang

mengalami penurunan harga itu sendiri. Yang kedua, apabila harga suatu barang mengalami kenaikan, maka pendapatan para pembeli akan berkurang. Pendapatan yang berkurang juga bisa mengurangi daya beli pada suatu barang yang mengalami kenaikan harga. (Sadono Sukirno, 2012; 76). Hukum permintaan ini juga dapat menjadi penentu kebijakan atas sebuah keputusan. Misalnya, meningkatkan cukai (pajak) rokok.

### Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah sebuah hubungan suatu factor-faktor yang dapat mempengaruhinya. Dengan adanya fungsi tersebut, kita dapat mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas.

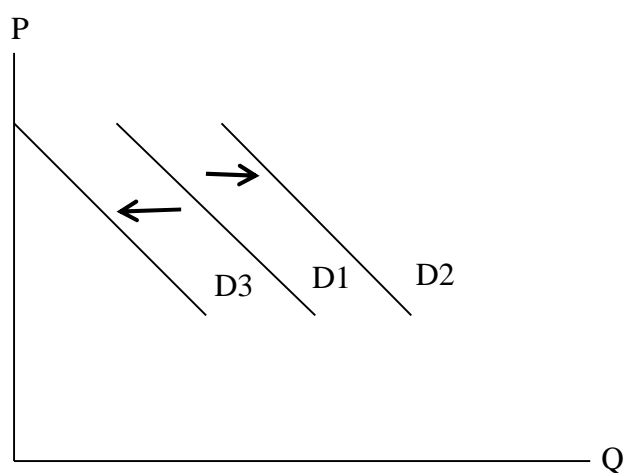
Permintaan suatu barang dan jasa dapat dilihat dari dua sudut :

1. Permintaan yang dilakukan oleh seseorang, dan
2. Permintaan yang dilakukan oleh semua orang dalam pasar.

### Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah sebuah penggambaran hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta pembeli.

Pergeseran kurva permintaan ke arah kanan merupakan kenaikan permintaan dan jika pergeseran kurva ke arah kiri merupakan penurunan permintaan. (Sadono Sukirno, 2012; 77).



D1-D2 = Pertambahan Permintaan, D1-D3 = Penurunan Permintaan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pergeseran kurva permintaan adalah :

1. Harga Barang Lain. Missal : Barang Substitusi Dan Barang Komplementer
2. Cita Rasa Dan Selera Masyarakat
3. Ramalan Keadaan Di Masa Yang Akan Datang

**1. Elastisitas Permintaan** adalah sebuah ukuran seberapa besar derajat kepekaan permintaan terhadap perubahan harga.

## 2. Perhitungan Koefisien Elastisitas Permintaan

Untuk melihat derajat kepekaan permintaan barang terhadap perubahan harga dapat diidentifikasi melalui perhitungan koefisien elastisitas permintaan. Koefisien elastisitas permintaan diukur dari presentase perubahan kuantitas yang diminta dibagi presentase perubahan harga. Dan dapat dirumuskan dengan :

$$\text{Koefisien Elastisitas Permintaan} = \frac{P}{P} \times \frac{p}{p} \times \frac{p}{h \ g}$$

$$\text{Atau dirumuskan dengan simbol : } E_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \rightarrow E_D = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

$$\text{Atau : } E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

Keterangan :

$E_D$  = koefisien elastisitas permintaan

$\Delta P$  = perubahan harga

$\Delta P$  = perubahan harga

$\Delta Q$  = perubahan kuantitas yang diminta

$P$  = harga awal

$Q$  = kuantitas awal yang diminta



Pada perhitungan koefisien elastisitas, angka yang diambil dari hasil perhitungan tersebut adalah angka mutlak. Tanda negative pada waktu menghitung perhitungan diabaikan. Dan berdasarkan derajat kepekaan (koefisien elastisitas) permintaan terhadap perubahan harga elastisitas permintaaan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu permintaan elastisitas, permintaan inelastis, permintaan elastis uniter, permintaan elastis sempurna, dan permintaan inelastis sempurna.

## **2. Jenis-jenis Elastisitas Permintaan**

### **1. Permintaan Elastis**

Nilai koefisien elastis lebih dari satu. Artinya, dimana besarnya jumlah barang yang diminta sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya harga.

Kurva permintaan elastis adalah landau.

### **2. Permintaan Inelastis**

Nilai koefisien elastis kurang dari satu. Yang berarti, pengaruh besar – kecilnya harga terhadap jumlah permintaan tidak terlalu besar. Meskipun harga naik atau turun masyarakat akan tetap membelinya.

Kurva permintaan inelastic adalah curam atau tajam.

### **3. Permintaan Elastis Uniter**

Nilai koefisien sama dengan satu. Artinya, perubahan harga sebesar 1% menyebabkan terjadinya perubahan jumlah barang yang diminta sebesar 1%.

Kurva permintaan elastis uniter adalah tidak landau dan tidak curam.

### **4. Permintaan Elastis Sempurna**

Nilai koefisien sama dengan tak terhingga. Artinya, jia pada harga tertentu jumlah yang diminta konsumen mencapai tidak terhingga/berapapun persediaan barang/jasa yang akan habis diminta oleh konsumen.

Kurva permintaan Elastis sempurna adalah horizontal.

### **5. Permintaan Inelastis Sempurna**

Nilai koefisien adalah nol. Berapapun, perubahan harga tidak akan mempengaruhi jumlah barang yang diminta.

Kurva inelastic sempurna adalah vertikal.

Dari jenis-jenis elastisitas permintaan tersebut, dapat dibaca dengan table berikut :

Tabel1. Jenis Elastisitas

NO	Jenis Elastis	Rumus	Contoh Barang
1.	Permintaan Elastis	$E > 1$	Kebutuhan Mewah
		$\% Q_d > \% P_d$	
2.	Permintaan Inelastis	$E < 1$	Kebutuhan Primer/Pokok
		$\% Q_d < \% P_d$	
3.	Permintaan Uniter	$E = 1$	Kebutuha Sekunder
		$\% Q_d = \% P_d$	
4.	Permintaan Elastis Sempurna	$E = \infty$	Kebutuhan Dunia (Minyak, dll)
		$\% Q_d, \% P_d = 0$	
5.	Permintaan Inelastis Sempurna	$E = 0$	Kebutuhan Tanah, Air
		$\% Q_d = 0, \% P_d = \infty$	

**3. Ada beberapa manfaat mengetahui nilai elastisitas permintaan terhadap suatu barang, yaitu :**

1) Perpajakan

Apabila suatu barang diketahui memiliki sifat elastis, pemerintah cenderung tidak akan meningkatkan pajak atas barang tersebut.

2) Kebijakan Impor

Apabila suatu barang impor bersifat elastis, yang dimana harga barang naik mengakibatkan penurunan barang permintaan lebih besar dari harganya, maka pemerintah akan berusaha menyediakan barang tersebut.

3) Strategi Penerapan Harga atas Barang

Apabila suatu barang bersifat elastis, kebijakan menaikkan harga adalah langkah yang tidak tepat karena menurunkan penerimaan.

**4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Elastisitas Permintaan**

1) Adanya Barang Sibtitusi

Semakin beragam barang subtitusi, kemungkinan pembeli untuk berpindah ke barang lain semakin besar.

2) Presentase Pendapatan yang Digunakan atau Jenis Barang

Semakin besar pendapatan untuk membeli suatu barang, maka makin elastis permintaannya.

3) Jangka Waktu

Dalam jangka pendek, permintaan cenderung tidak elastis.

4) Tersedianya Sarana Kredit

Apabila terdapat fasilitas kredit, elastisitas permintaan cenderung inelastic atau elastis sempurna.

## **B. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **1. Usaha Mikro**

Usaha Produktif yang diatur undang-undang yang dapat memenuhi usaha mikro yang termasuk usaha milik perseorangan bisa juga disebut badan perseroan.

### **2. Usaha Kecil**

Usaha ekonomi produktif yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. Usaha ini merupakan usaha milik sendiri dan berdiri sendiri tanpa ada campu tangan dari pihak perusahaan maupun cabang yang dimiliki secara langsung maupun tidak langsung.

### **3. Usaha Menengah**

Usaha produktif yang sudah diatur dalam undang-undang. Merupakan usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan hasil penjualan tahunan.

UMKM merupakan usaha yang sangat terpenting. Dan dalam perekonomian Indonesia, UMKM adalah usaha yang memiliki jumlah sangat besar dan juga banyak diminati oleh semua warga baik anak-anak sampai orang dewasa. Keberadaan UMKM diharapkan bisa memberi kontribusi yang baik dan berkualitas terhadap masalah – masalah yang selama ini terjadi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebut<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni dan Lila Retnani Utami, Jurnal Analisis Dampak bergulir kur (kredit usaha rakyat terhadap kinerja umkm).

Ciri-ciri UMKM :

- 1) Jenis barang yang diperjual belikan tidak tentu atau tidak tetap, bisa berganti sewaktu-waktu.
- 2) Tempat melakukan usaha atau jual beli berpindah-pindah atau tidak tentu.
- 3) Tidak adanya pengurusan administrasi, bisa dibilang keuangan masih dicampur aduk tidak dibedakan antar uang pribadi dan uang usaha.
- 4) Pegawai atau pengusaha yang masih belum mempunyai jiwa bisnis/pengusaha. Tingkat pendidikan Sumber Daya Manusia (SDM) biasanya masih rendah.
- 5) Belum mempunyai surat izin untuk melakukan usaha.

Jenis-jenis UMKM

1. Usaha Furniture
2. Usaha Barang dan Jasa
3. Usaha Eletronik
4. Usaha Fashion
5. Usaha Kuliner, dll.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran sangat penting bagi penyerapan tenaga kerja serta pengentasan kemiskinan. UMKM juga mempunyai peran penting bagi perekonomian Nasional. Definisi UMKM sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008. Bahwa UMKM dinyatakan sebagai usaha mikro yang merupakan usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memiliki nilai asset paling banyak Rp.50 juta dengan hasil penjualan setiap tahunnya paling besar Rp.300 juta. UMKM juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja dan penyedia lapangan usaha<sup>4</sup>.

Potensi pada UMKM sangatlah besar untuk menyerap tenaga kerja yang sudah semakin meningkat dan dimaksimalkan. Oleh karena itu, sektor ini tidak bukan hanya sebagai sumber mata pencaharian orang banyak, tetpi juga mampu menyediakan tenaga kerja secara langsung bagi mereka yang belum mempunyai keahlian dalam berbisnis atau menjadi pengusaha.

---

<sup>4</sup>L Anggraeni, Herdiana P, Salahuddin EA, Ranti W., Akses UMKM Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha : Kasus BMT Tadbiirul Ummah, Kabupaten Bogor

Dan dalam sebuah kelompok usaha kecil, UMKM sering mempunyai kendala pada beberapa permasalahan yang ada.

Saat ini UMKM juga masih harus menanggung banyaknya pungutan dan pengurusan perijinan yang bisa dibilang harus menunggu dengan jangka waktu yang lama dan banyak menghabiskan biaya. Dalam peraturan tersebut, masih beluh mendukung akses UMKM dan menjadikan hal yang belum kondusif terhadap berlangsungnya kegiatan UMKM. Dalam hal ini juga membutuhkan peran pemerintah untuk memberikan kemudahan dan meminta hak<sup>5</sup>.

Sebagai upaya agar dapat meningkatkan kemampuan untuk memperluas peranannya dalam perekonomian nasional, pada usaha UMKM perlu adanya pembinaan atau bimbingan terpadu dan berkelanjutan terutama pada pengetahuan seputar bisnis/usaha, informasi, kinerja yang baik, keuangan, dan permodalan. Dalam hal ini, perencanaan dan perhitungan juga sangat penting untuk mengelola sebuah usaha. Dimana, perencanaan suatu usaha dapat memberikan kelancaran untuk berjalannya usaha tersebut dengan membuat misi usaha, rincian usaha, usulan usaha, strategi usaha, dll. Maka dari itu, kita bisa mengetahui bagaimana peluang pasar yang mungkin untuk diperoleh sesuai kemampuan serta keterampilan dari sebuah usaha.

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, bisa dipastikan hampir semua orang menggunakan alat teknologi digital yang sudah canggih. Dengan adanya teknologi yang canggih dan dapat mempermudah pekerjaan atau kegiatan lainnya, maka tidak sedikit orang yang berlomba-lomba untuk menjalankan bisnis secara online. Dalam kegiatan UMKM juga dapat menggunakan alat digital dalam melakukan usaha. Karena peluang usaha online juga sangat besar. Maka dari itu, UMKM juga dapat mengembangkan usahanya melalui online atau menggunakan teknologi yang ada. Karena, dalam strategi pemasaran online dapat meningkat dengan cepat. Penyebaran dan banyaknya jumlah orang melihat barang dan jasa atau produk-produk kita bisa memudahkan promosi dalam pemasaran<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup>Renny Oktafia, Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timur.

<sup>6</sup> pendidikan.co.id › pengertian-umkm

Pemasaran yang dilakukan secara online juga dapat memudahkan para konsumen untuk melihat produk-produk dalam toko online yang kita jalani tanpa membuang waktu dengan langsung datang ke tokonya langsung. Dalam hal ini juga kita bisa melakukan pesanan sewaktu-waktu kapan saja dan dimana saja. Dan pada zaman globalisasi ini pun teknologi yang sudah berkembang sangat pesat juga bisa mengatur keuangan bisnis yang menunjang bagi usaha UMKM kita ataupun usaha lainnya.

## **Kesimpulan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peranan penting bagi perekonomian Indonesia. UMKM juga mempunyai peran penting dalam penyerapan tenaga kerja yang semakin bertambah. Usaha ini juga tidak hanya berpotensi dalam penyerapan tenaga kerja saja, karena UMKM juga sebagai sumber pencaharian bagi banyak orang yang membutuhkan usaha meskipun tidak mempunyai keahlian dalam bidang bisnis. Dimana semua orang baik dengan tingkat pendidikan rendah pun juga bisa melakukan kegiatan usaha semacam UMKM ini yang tanpa didasari pengetahuan dasar seorang pengusaha.

Dalam usaha ini juga masih belum adanya batasan kriteria yang mengenai usaha tersebut. Berbagai instansi juga masih menggunakan batasan-batasannya sendiri yang menurutnya adalah focus pada usaha tersebut. Permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut juga terbilang sangat kontra dalam pengoperasian dan juga perijinan usaha tersebut. Dan sering kali kelompok usaha kecil seperti UMKM ini terjebak dalam permasalahan seperti, terbatasnya modal yang dipunya oleh pemilik usaha, teknik dalam memproduksi juga masih bisa dikatakan sangat rendah, teknik pemasaran yang kurang, dan kurangnya pemahaman dalam manajemen usaha.

Dengan berkembangnya zaman ini, UMKM diharapkan juga bisa berkembang dengan pesat dan dapat mengurangi permasalahan yang ada. UMKM juga dapat berkembang dengan adanya teknologi digital yang mumpuni dalam melakukan berbagai kegiatan usaha. Teknologi digital juga bisa mempermudah promosi dalam usaha tersebut dengan penyebaran iklan pada media sosial. Karena pada zaman sekarang media sosial sangat penting bagi masyarakat dalam melakukan kegiatannya maupun mencari informasi.

Elastisitas permintaan merupakan sebuah konsep untuk mengukur kepekaan terhadap perubahan jumlah barang akibat faktor yang mempengaruhinya. Dimana, setiap perubahan harga dapat mempengaruhi permintaan. Maka dari itu, elastisitas permintaan juga bisa berhubungan dengan kegiatan usaha UMKM. Karena UMKM juga membutuhkan strategi manajemen untuk mengembangkan usahanya. Dalam hal ini, UMKM juga bisa menyediakan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi elastisitas permintaan, seperti tersediannya barang substitusi. Elastisitas permintaan juga dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan strategi penerapan harga atas barang yang akan diperjualbelikan dalam kegiatan usaha UMKM dan juga dapat mengetahui strategi pada nilai harga suatu barang terhadap permintaan konsumen.

## Daftar Pustaka

- S, Adam.2013.*Ekonomi jilid 1*. Jakarta: Esis Airlangga
- Suwarno. Henry. dan Sunyoto, Danang. 2013.*Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*.Yogyakarta.Center for Academic Publishing Service
- Oktafia, Renny.2017.*Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Jawa Timur*.Jurnal Percepatan Pertumbuhan UKM.No. 1:85-92
- Anggraeni. Lukytawati, dan Puspitasari. Herdiana, El Ayyubi. Salahuddin.2013.*Akses UMKM Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha : Kasus BMT Tadbiirul Ummah, Kabupaten Bogor*.Jurnal al-Muzara'ah, vol I, No 1, 2013 : 56-57
- Hutagalung. Paulina Putri A, dan Nasution. Inggrita Gusti Sari.2013.*Analisis Elastisitas Permintaan terhadap Kredit Konsumen di Sumatera Utara*.Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 2: 91-104