

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

1. Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 angka 1 yang dimaksud dengan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang mempunyai kriteria sebagai berikut: memiliki kekayaan paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

a. Ciri-ciri Usaha Mikro

- a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;

- e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
- f. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
- g. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP (<http://usaha-umkm.blog.com/tag/ciri-ciri-umkm/>).

b. Contoh Usaha Mikro

- a. Usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya;
- b. Industri makanan dan minuman, industri meubelair pengolahan kayu dan rotan, industri pandai besi pembuat alat-alat;
- c. Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar dll;
- d. Peternakan ayam, itik dan perikanan;
- e. Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, ojek dan penjahit (konveksi).

2.Usaha Kecil

Sedangkan kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: usaha ekonomi produktif yang beridiri 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 dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut: memilikiki kekayaan bersih

lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Atau memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

a. Ciri-ciri Usaha Kecil

- a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
- b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah;
- c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
- d. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP;
- e. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha;
- f. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;
- g. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning* (<http://usaha-umkm.blog.com/tag/ciri-ciri-umkm/>).

b. Contoh Usaha Kecil

- a. Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja;
- b. Pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya;

- c. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan;
- d. Peternakan ayam, itik dan perikanan;
- e. Koperasi berskala kecil.

3.Usaha Menengah

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 dan kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

a. Ciri-ciri usaha menengah

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;

- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- e. Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik (<http://usaha-umkm.blog.com/tag/ciri-ciri-umkm/>).

b. Contoh usaha menengah

Jenis atau macam usaha menengah hampir menggarap komoditi dari hampir seluruh sektor mungkin hampir secara merata, yaitu:

- a. Usaha pertanian, perternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah;
- b. Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor;
- c. Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar provinsi;
- d. Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam;
- e. Usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan

B. Aspek-Aspek UMKM dalam Undang-Undang

Pasal 7 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dinyatakan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek :

1. Aspek pendanaan, aspek pendanaan disini ditujukan untuk memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi para pengusaha UMKM untuk mendapatkan informasi tentang akses pendanaa baik dari kredit perbankan, lembaga keuangan bukan bank, dan lembaga pembiayaan. Memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/atau produk keuangan dengan menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan oleh pemerintah yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
2. Aspek Sarana dan Prasarana, aspek ini ditujukan untuk mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan UMKM dan memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi UMKM.
3. Aspek informasi, aspek informasi disini ditunjukkan untuk membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank dan data jaringan informasi bisnis. Mengadakan dan menyebarkan informasi mengenai pasara, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain dan teknologi, dan mutu. Juga memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku UMKM atas segala informasi usaha.

4. Aspek kemitraan, aspek ini ditujukan untuk mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar UMKM. Dan mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen, agar mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemutusan usaha oleh orang perseorangan atau kelompok tertentu yang merugikan UMKM.
5. Aspek perizinan, aspek ini ditujukan untuk memberikan kemudahan persyaratan dan tata cara perizinan serta informasi yang seluas-luasnya dengan sistem pelayanan informasi terpadu satu pintu. Dan membebaskan biaya perizinan bagi Usaha Mikro serta memberikan keringanan biaya perizinan bagi Usaha Kecil.
6. Aspek kesempatan berusaha, aspek ini ditujukan untuk menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi dipasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya. Aspek ini juga ditujukan untuk mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai warisan budaya yang turun-temurun. Menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk UMKM serta bidang usaha yang terbuka untuk Usaha Besar dengan syarat harus bekerja sama dengan UMKM. Mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh UMKM melalui pengadaan secara langsung. Memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

7. Aspek promosi dagang, aspek ini ditujukan untuk meningkatkan promosi produk UMKM di dalam dan di luar negeri, memperluas sumber pendanaan untuk mempromosikan produk UMKM di dalam dan di luar negeri. Memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk UMKM yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri, dan memfasilitasi pemilik hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain UMKM dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor.
8. Aspek dukungan kelembagaan disini ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya sebagai lembaga pendukung pengembangan UMKM.

C. Pola-pola Pengembangan UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang dimaksud dengan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan UMKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan daya saing UMKM. Sedangkan yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Salah satu kunci

keberhasilan UMKM adalah tersedianya modal dan pasar yang jelas bagi produk UMKM untuk mengembangkan usaha. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, peran pemerintah diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM.

Pemberdayaan UMKM pada masa mendatang diharapkan tumbuh dari prakarsa masyarakat dan dilaksanakan oleh masyarakat secara mandiri dalam tatanan sistem ekonomi kerakyatan. Peran pemerintah akan difokuskan pada fungsi regulasi dan fasilitasi untuk menciptakan struktur pasar dan persaingan yang sehat sebagai lapangan bermain bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah, serta mengoreksi ketidaksempurnaan mekanisme pasar dengan menumbuhkan iklim berusaha yang kondusif, serta memberikan dukungan perkuatan bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah.

Tujuan pemberdayaan UMKM menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Pasal 5 adalah:

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;

- c. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.;

Dalam pemberdayaan UMKM terdapat beberapa pola, antara lain yaitu :

- a. Pola hubungan Bank dengan Kelompok
- b. Pola Kelaster
- c. Pola Kemitraan
- d. Pola BDSP (*Business Development Services/Provider*)

Pola PHBK

Bank Indonesia sejak tahun 1989 telah menyelenggarakan Program Pengembangan Hubungan Bank dengan Kelompok Swadaya Masyarakat (PHBK). Konsep PHBK adalah suatu pola pelayanan keuangan yang diperkenalkan dan disediakan oleh BI kepada perbankan dan sektor riil untuk mengembangkan hubungan keuangan antara bank dan usaha mikro dengan pendekatan kelompok, yang diuraikan berikut ini.

Tujuan pelaksanaan PHBK

- a. Mengembangkan, memperluas dan membudayakan layanan keuangan komersial perbankan kepada pengusaha mikro agar dapat meningkatkan pendapatannya.
- b. Membantu perbankan untuk memperluas segmen pasar usaha mikro secara aman dan saling menguntungkan.

Partisipan PHBK adalah:

- a. Bank, yaitu Bank Umum dan BPR sebagaimana disebutkan dalam UU tentang Perbankan.
- b. LPSM atau Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat, yaitu lembaga nirlaba yang memiliki program pengembangan sosial ekonomi khususnya bagi UMK.
- c. Instansi Pemerintah, yaitu lembaga Pemerintah pada berbagai tingkatan yang memiliki atau terkait dengan program pengembangan sosial ekonomi khususnya bagi UMK.
- d. Koordinator kelompok, yaitu suatu lembaga informasi atau program yang mempunyai kepedulian terhadap mengembangkan dan pembinaan kelompok masyarakat dalam rangka memajukan sosial ekonomi.

Sasaran PHBK

Sasaran PHBK adalah Pengusaha mikro yang tergabung dalam kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

Pengusaha mikro adalah pelaku usaha di semua sektor ekonomi dengan kekayaan di luar tanah dan bangunan maksimum Rp 50 juta. Pengusaha mikro terdiri dari petani kecil, peternak, pengrajin, nelayan, industri kecil, pedagang kaki lima, bakulan di pasar, pengusaha mikro dibidang jasa dan lain-lain baik di kota maupun di pedesaan, termasuk masyarakat yang berpenghasilan tetap/pensiunan sepanjang anggota

tersebut mengelola usaha produktif, baik yang belum maupun yang sudah akses terhadap kepada layanan perbankan.

Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan usaha skala mikro yang tergabung dalam satu ikatan pemersatu, yang saling mengenal dan percaya satu sama lain serta bersepakat untuk bekerjasama meningkatkan pendapatannya.

Dalam rangka PHBK, KSM dibedakan atas dua jenis, yang melakukan peranan yang berbeda dalam kegiatan hubungan keuangan dengan bank, yaitu:

a. Kelompok Simpan Pinjam (KSP)

Adalah KSM yang melakukan kegiatan simpan pinjam dari, oleh dan untuk para anggotanya. Kredit dari bank bersifat memperkuat sumber dana kelompok yang akan dipinjamkan kepada para anggotanya. Dalam hubungan keuangan dengan bank KSP bertindak sebagai *executing agent*.

b. Kelompok Pengusaha Mikro (KPM)

Adalah KSM yang semua anggotanya sepakat bekerjasama untuk memperoleh layanan bank guna mengembangkan usaha. Dalam hubungan keuangan dengan bank KPM bertindak sebagai *channeling agent*. Baik KSP maupun KPM harus memenuhi persyaratan tertentu untuk dapat dihubungkan dengan bank.

Pola Klaster

Pola pengembangan satuan usaha berbasis klaster adalah suatu pengembangan investasi bagi kelompok usaha mikro, kecil, menengah berbasis klaster komoditas atau industri yang mengoptimalkan hubungan antar pengusaha dalam perluasan kesempatan kerja, pemanfaatan sumberdaya lokal, dan pemasaran. Usaha ini mengkaitkan antara input – proses – output dan pasar secara terangkai yang berbasis pada satu jenis komoditas (klaster komoditas) atau pada kelompok industri (klaster industri).

Banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) gagal beroperasi karena tidak mendapatkan kepastian terhadap penyediaan input dan pemasaran output. Lembaga keuangan kurang melihat perspektif mata rantai produksi, pengolahan, pemasaran sebagai suatu rangkaian usaha yang beroperasi secara menyatu dan modal dapat kembali. Keterlibatan input, proses, output dan akses pasar pada UMKM sering tidak terorganisir secara benar. Paket kebijakan pengembangan usaha sangat sektoral dan tidak terfokus pada satuan kelompok usaha yang terangkai. Upaya pemerintah belum optimal dalam mengembangkan jaringan kerja kemitraan dalam pengembangan UMKM.

Peran pemerintah termasuk pemerintah daerah adalah menyiapkan paket kebijakan pengembangan UMKM berbasis klaster komoditas atau klaster industri, pengembangan akses UMKM ke lembaga pasar lokal, domestik dan global.

Peran yang diharapkan dari pemerintah adalah:

- a. Menciptakan peluang pasar lokal, domestik dan global sebagai respon terhadap perkembangan yang ada;
- b. Melakukan terobosan-terobosan dalam pengembangan teknologi sistem produksi, pengolahan dan pemasaran;
- c. menguatkan dan mengaktifkan jalinan hubungan secara kemitraan antar pelaku dalam proses produksi, pengolahan dan pemasaran;
- d. Melakukan identifikasi sumberdaya yang potensial secara lebih intensif;
- e. Menciptakan produk yang memiliki keunggulan komparatif;
- f. Memanfaatkan sumber daya yang tersedia guna memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi.

Pola Kemitraan

Kemitraan menurut Peraturan Pemerintah N.o 44 Tahun 1997, adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan atau dengan Usaha Besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan atau Usaha Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Sedangkan dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usah, baik langsung ataupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memprkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.

Kemitraan dalam rangka keterkaitan usaha diselenggarakan melalui pola-pola yang sesuai dengan sifat dan tujuan usaha yang dimitrakan dengan diberikan peluang kemitraan seluas-luasnya kepada Usaha Mikro, oleh Pemerintah dan dunia usaha. Pola-pola kemitraan yang umum dijumpai antara lain Kemitraan Inti Plasma dan Pola Bapak Angkat.

Kemitraan (Inti Plasma)

Pola inti plasma, Usaha Besar dan atau Usaha Menengah sebagai inti membina dan mengembangkan Usaha Mikro yang menjadi plasmanya antara lain meliputi :

- a. penyediaan dan penyiapan lahan;
- b. penyediaan sarana produksi;
- c. pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi;
- d. perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- e. pembiayaan; dan
- f. pemberian bantuan lainnya yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha.

Kemitraan Usaha Besar dan atau Usaha Menengah dengan Usaha Mikro berlangsung dalam rangka sub kontrak untuk memproduksi barang dan atau jasa, Usaha Besar atau Usaha Menengah memberikan bantuan antara lain berupa:

- a. kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan atau komponen;

- b. kesempatan yang seluas-luasnya dalam memperoleh bahan baku yang diproduksinya secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar;
- c. bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen;
- d. perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- e. pembiayaan.

Dalam kegiatan perdagangan pada umumnya, kemitraan antara Usaha Besar dan atau Usaha Menengah dengan Usaha Mikro dapat berlangsung dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Mikro mitra usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh Usaha Besar dan atau Usaha Menengah yang bersangkutan.

Pelaksanaan Kemitraan menimbulkan kewajiban dan hak bagi BUMN pembina dan mitra binaan yang harus dilaksanakan. Usaha Besar dan Usaha Menengah yang melaksanakan kemitraan mempunyai hak untuk mengetahui kinerja kemitraan Usaha Mikro mitra binaannya. Sementara Usaha Mikro yang bermitra mempunyai hak untuk memperoleh pembinaan dan pengembangan dari Usaha Besar dan atau Usaha Menengah mitranya dalam satu aspek atau lebih tentang pemasaran, sumber daya manusia, permodalan, manajemen dan teknologi.

Usaha Besar dan atau Usaha Menengah yang melaksanakan kemitraan dengan Usaha Kecil /Mikro berkewajiban untuk melakukan pembinaan kepada mitra binaannya dalam satu atau lebih aspek :

A. Pemasaran, dengan:

- a. membantu akses pasar;
- b. memberikan bantuan informasi pasar;
- c. memberikan bantuan promosi;
- d. mengembangkan jaringan usaha;
- e. membantu melakukan identifikasi pasar dan perilaku konsumen;
- f. membantu peningkatan mutu produk dan nilai tambah kemasan.

B. Pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia, dengan:

- a. pendidikan dan pelatihan;
- b. magang;
- c. studi banding;
- d. konsultasi.

C. Permodalan, dengan:

- a. pemberian informasi sumber-sumber kredit;
- b. tata cara pengajuan penjaminan dari berbagai sumber lembaga penjaminan;
- c. mediator terhadap sumber-sumber pembiayaan;
- d. informasi dan tata cara penyertaan modal;
- e. membantu akses permodalan.

D. Manajemen, dengan:

- a. bantuan penyusunan studi kelayakan;

- b. sistem dan prosedur organisasi dan manajemen;
- c. menyediakan tenaga konsultan dan advisor.

E. Teknologi, dengan:

- a. membantu perbaikan, inovasi dan alih teknologi;
- b. membantu pengadaan sarana dan prasarana produksi sebagai unit percontohan;
- c. membantu perbaikan sistem produksi dan kontrol kualitas;
- d. membantu pengembangan disain dan rekayasa produk;
- e. membantu meningkatkan efisiensi pengadaan bahan baku.

Usaha kecil / mikro yang bermitra berkewajiban untuk meningkatkan kemampuan manajemen dan kinerja usahanya secara berkelanjutan, sehingga lebih mampu melaksanakan kemitraan dengan Usaha Besar atau Usaha Menengah dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya berbagai bentuk pembinaan dan bantuan yang diberikan oleh Usaha Besar dan atau Usaha Menengah.

Pola Bapak Angkat

Pada dasarnya pola bapak angkat adalah refleksi kesediaan pihak yang mampu (besar) untuk membantu pihak lain yang kurang mampu (kecil) pihak yang memang memerlukan pembinaan. Oleh karena itu, pada hakikatnya pola pendekatan tersebut adalah cermin atau wujud rasa kepedulian pihak yang besar terhadap yang kecil. Pola

Bapak angkat dalam pengembangan UMKM umumnya banyak dilakukan BUMN dengan usaha mikro dan kecil.

Pola BDSP (*Business Development Services/Provider*)

Business Development Services (BDS) yang diterjemahkan sebagai Jasa Pengembangan Usaha begitu pula dengan *Business Development Services Provider* (BDSP), adalah suatu kegiatan dalam bentuk jasa dalam berbagai bidang yang dilakukan oleh individu dan atau lembaga untuk tujuan pengembangan usaha dalam hal ini UMKM. BDSP adalah lembaga yang memberikan atau menyediakan pelayanan jasa untuk pengembangan usaha dalam berbagai bidang antara lain teknis, social-ekonomi, keuangan dll. Jasa yang diberikan BDSP adalah konsultasi/pendampingan dalam hal manajemen/analisis keuangan agar terjadi kemitraan dengan Bank atau terjadinya penyaluran dana bank kepada UMKM tersebut disertai dengan pembinaannya.