

Identifikasi Kesenjangan Pengetahuan Dan Keterampilan Ekspor Umkm Keripik Singkong: Di Kabupaten Aceh Tenggara

Ramanda Putri¹, Selvi², Samiah Br Harahap³, Hendra Ibrahim⁴

Abstrak

UMKM punya peran besar dalam perekonomian Indonesia karena menyumbang 61,07% ke PDB nasional. Tapi sayangnya, kontribusi mereka dalam ekspor non-migas masih kecil, cuma sekitar 14,37%. Penelitian ini ingin mencari tahu apa saja kekurangan pengetahuan dan keterampilan ekspor yang dimiliki pelaku UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara dengan cara wawancara dan observasi langsung. Dari hasil penelitian, ditemukan lima masalah utama, masih banyak yang belum paham cara ekspor, kurang tahu soal aturan dan standar internasional, minim bimbingan dari instansi terkait, belum bisa bikin desain kemasan yang menarik dan sesuai standar, serta kurang menguasai pemasaran digital. Meski begitu, para pelaku usaha tetap yakin produk mereka punya kualitas bagus. Penelitian ini menyarankan agar ada pelatihan ekspor yang menyeluruh, pendampingan rutin, bantuan desain kemasan, dan peningkatan kemampuan digital supaya UMKM keripik singkong Aceh Tenggara bisa bersaing di pasar luar negeri.

Kata Kunci: UMKM, Keripik Singkong, Kesenjangan Pengetahuan, Keterampilan Ekspor

Abstract

UMKM play a significant role in the Indonesian economy, contributing 61.07% to the national GDP. Unfortunately, their contribution to non-oil and gas exports remains small, at only 14.37%. This study sought to identify the export knowledge and skills deficiencies of cassava chip UMKM in Southeast Aceh through interviews and direct observation. The study identified five key challenges: a lack of understanding of export procedures, a lack of knowledge of international regulations and standards, minimal guidance from relevant agencies, inability to create attractive and standardized packaging designs, and a lack of digital

¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, ramanda120404@gmail.com , Selviii003@gmail.com , Harahapsamiah985@gmail.com , hendra@insan.ac.id

marketing expertise. Despite this, the entrepreneurs remain confident in the quality of their products. This study recommends comprehensive export training, regular mentoring, packaging design assistance, and digital skills development to enable Southeast Aceh's cassava chip UMKM to compete in international markets.

Keywords: UMKM, Cassava Chips, Knowledge Gap, Export Skills

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) punya peran penting dalam perekonomian Indonesia karena jadi tulang punggung ekonomi nasional. UMKM juga punya kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini menyumbang sekitar 61,07% terhadap PDB nasional dan menampung sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Tapi, kalau dilihat dari sisi ekspor, khususnya ekspor non-migas, kontribusinya masih kecil, hanya sekitar 14,37% dari total ekspor nasional. Rendahnya angka ini disebabkan oleh banyak faktor, baik dari dalam maupun luar usaha itu sendiri. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengakses pasar ekspor. Seperti yang dijelaskan oleh Tambunan, keterbatasan sumber daya manusia menjadi masalah mendasar yang membuat UMKM sulit meningkatkan daya saing dan masuk ke pasar internasional (Tambunan, 2012:72 /79).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Alauddin dan Chowdhury yang menyebutkan bahwa kurangnya pengetahuan tentang prosedur ekspor, standar kualitas internasional, dan keterampilan manajerial menjadi salah satu penyebab utama kenapa kinerja ekspor UMKM masih rendah. Sektor agroindustri, khususnya pengolahan singkong menjadi keripik singkong, sebenarnya punya potensi besar untuk dikembangkan jadi produk ekspor unggulan. Indonesia sendiri merupakan produsen singkong terbesar keempat di dunia, dengan total produksi sekitar 18,3 juta ton pada tahun 2023. Singkong punya banyak keunggulan, seperti mudah ditanam, harganya terjangkau, dan bisa diolah jadi berbagai produk dengan nilai jual tinggi. Salah satunya adalah keripik singkong, yang punya peluang besar di pasar ekspor, terutama ke negara-negara ASEAN, Timur Tengah, dan Amerika Serikat. Di Provinsi Aceh, khususnya di Kabupaten Aceh Tenggara, potensi pengembangan industri keripik singkong juga cukup besar. Daerah ini termasuk salah satu penghasil singkong utama dengan produksi sekitar 45.672 ton pada tahun 2022. Kondisi alam dan iklimnya yang cocok membuat singkong tumbuh subur di wilayah ini.

Beberapa UMKM pengolah keripik singkong memang sudah berkembang di Aceh Tenggara, tapi kebanyakan masih berfokus pada pasar lokal dan belum mampu menembus pasar ekspor. Padahal, potensi

mereka cukup menjanjikan. Salah satu penyebabnya adalah masih adanya kesenjangan pengetahuan dan keterampilan di bidang ekspor. Menurut Soomro, Memon, dan Soomro, kurangnya pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan bisnis bisa berdampak buruk pada kinerja dan daya saing UMKM di pasar global. Karena itu, penelitian tentang kesenjangan pengetahuan dan keterampilan ekspor pada UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara penting dilakukan. Pertama, supaya bisa diketahui dengan jelas apa saja kebutuhan pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka. Kedua, hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar untuk membuat program pelatihan dan pendampingan yang tepat sasaran. Ketiga, hasilnya juga bisa jadi masukan bagi pemerintah daerah dan pihak terkait untuk merancang kebijakan yang bisa membantu menjadikan keripik singkong Aceh Tenggara sebagai produk unggulan yang mampu bersaing di pasar internasional.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek UMKM dan ekspor. Sarfiah et al. mengidentifikasi bahwa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam teknologi informasi menjadi hambatan utama dalam pengembangan bisnis (Sarfiah, 2019:45). Hanisa, Daeng, dan Astuti menemukan bahwa keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Hanisa, 2023:98). Sementara itu, penelitian Zihanuddin et al. menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan dapat meningkatkan kapasitas UMKM keripik singkong menjadi produk unggulan (Zihanuddin, 2024:109). Namun demikian, penelitian yang secara spesifik mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan ekspor pada UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan melakukan identifikasi mendalam terhadap kesenjangan pengetahuan dan keterampilan ekspor yang dihadapi oleh pelaku UMKM keripik singkong di Kabupaten Aceh Tenggara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis dalam pengembangan UMKM agroindustri berorientasi ekspor.

B. KAJIAN TEORI

Pengertian UMKM

UMKM adalah singkatan dari *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, yaitu bentuk usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau kelompok kecil yang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Tambunan (2009), UMKM adalah unit usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional karena jumlahnya yang besar, kemampuan menyerap tenaga kerja, serta kontribusinya terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Tambunan juga menekankan bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi rakyat yang tersebar luas di berbagai sektor. Menurut sudaryanto dan hamin (2002), UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu

memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta berperan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional. Jadi, dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah usaha produktif skala kecil hingga menengah yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, pemerataan pendapatan, serta penciptaan lapangan kerja, namun masih menghadapi keterbatasan dalam modal, teknologi, dan akses pasar. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Tambunan, 2019). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset dan omzet tahunan. Namun, banyak UMKM menghadapi keterbatasan seperti akses pembiayaan, kemampuan manajerial, serta pengetahuan ekspor yang masih minim, sehingga sulit bersaing di pasar internasional.

Kegiatan Ekspor

Kegiatan ekspor adalah salah satu cara penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan negara serta masyarakatnya. Menurut Amir MS (2004), ekspor berarti kegiatan mengeluarkan dan mengirim barang ke luar negeri sesuai dengan aturan pemerintah, dengan tujuan mendapatkan pembayaran dalam bentuk mata uang asing. Tidak ada salahnya bagi suatu negara untuk membuka diri dan menjalin kerja sama dengan negara lain, terutama dengan negara-negara maju, karena hal ini bisa membawa banyak manfaat. Melalui kerja sama dan kegiatan ekspor, negara bisa mendapatkan keuntungan yang membantu memperkuat perekonomian, bahkan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Dari sisi ekonomi dan politik, ekspor diharapkan memberikan manfaat besar tanpa merugikan negara maupun rakyatnya. Karena itu, sistem dan kebijakan ekspor perlu diatur dengan baik agar hasilnya maksimal. Semua ketentuan mengenai kegiatan ekspor ini sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor.

Kesenjangan Pengetahuan dan Keterampilan (Skill and Knowledge Gap Theory)

Menurut teori Human Capital dari Becker (1993), pengetahuan dan keterampilan dianggap sebagai investasi penting yang bisa meningkatkan produktivitas seseorang maupun organisasi. Semakin baik kualitas sumber daya manusia baik dari segi pendidikan, pelatihan, maupun pengalaman maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap kemajuan ekonomi dan daya saing usaha. Dalam konteks UMKM, teori ini menjelaskan bahwa kemampuan dan keterampilan para pelaku usaha adalah modal utama untuk mengembangkan bisnis, termasuk jika ingin merambah ke pasar ekspor. Namun, sering kali ada jarak antara kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dengan kemampuan yang dibutuhkan agar bisa bersaing di pasar global. Meskipun produk mereka sebenarnya punya potensi untuk diekspor, banyak pelaku UMKM belum memahami dengan baik proses

ekspor, aturan dan sertifikasi yang diperlukan, atau strategi pemasaran internasional. Akibatnya, mereka kesulitan untuk menembus pasar luar negeri. Karena itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pendampingan, dan penyediaan informasi yang mudah diakses sangat dibutuhkan supaya UMKM bisa mengembangkan kemampuannya, memaksimalkan potensi produk, dan bersaing di tingkat internasional.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif dipilih karena fokusnya adalah menggali dan memahami data yang bersifat deskriptif, seperti hasil wawancara, catatan lapangan, foto, maupun dokumen pendukung lainnya. Menurut Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami secara mendalam berbagai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, persepsi, dan tindakan dengan menggambarkannya lewat kata-kata dan bahasa dalam konteks yang alami. Pendekatan studi kasus digunakan karena penelitian ini ingin melihat lebih dekat dan mendalam tentang kesenjangan pengetahuan serta keterampilan ekspor pada pelaku UMKM keripik singkong di Kabupaten Aceh Tenggara. Jenis studi kasus yang digunakan bersifat deskriptif-eksploratif, artinya penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk menggambarkan dan memahami kondisi nyata di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia sebelumnya, misalnya dari jurnal ilmiah, buku, maupun artikel yang relevan dengan topik penelitian. Data tersebut membantu memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang masalah yang sedang diteliti: (1) Lokasi dan Subjek Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Aceh Tenggara, Provinsi Aceh. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan: pertama, Aceh Tenggara merupakan salah satu kabupaten penghasil singkong dengan potensi produksi yang cukup besar; kedua, terdapat sejumlah UMKM yang bergerak di bidang pengolahan keripik singkong; ketiga, sebagian besar UMKM di daerah ini masih berorientasi pasar lokal dan belum mengembangkan orientasi ekspor.

Pemilik atau pengelola UMKM keripik singkong yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun. Memiliki produksi rutin dan konsisten.; (2) Pengumpulan data dilakukan melalui teknik Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan pedoman wawancara untuk menggali pengalaman, persepsi, kendala, dan strategi mereka dalam menghadapi tantangan dalam Pemahaman tentang ekspor dan prosedurnya. Berapa pertanyaan yang akan kami bahas kepada pelaku umkm keripik singkong a).Bisa Anda jelaskan lebih rinci, apa yang paling membuat Anda bingung saat memikirkan langkah awal ekspor? b). Seberapa besar perbedaan yang Anda lihat antara standar kualitas produk untuk pasar lokal dengan standar yang Anda duga diminta oleh pasar ekspor? c). Apa yang Anda ketahui

tentang persyaratan pelabelan dari negara tujuan ekspor? d) Apa saja kendala teknis yang paling besar yang Anda rasakan saat mencoba melakukan pemasaran *online* untuk ekspor? e) Selain pembeli individu, apakah Anda pernah mencoba menjual kepada pedagang perantara (eksportir) lokal?. Sejauh mana Anda sudah melakukan pengujian ketahanan produk (shelf life) keripik singkong Anda? Observasi langsung: Peneliti mengamati aktivitas pelaku UMKM di lokasi usaha secara langsung untuk melihat praktik di lapangan; (3) Data Data dianalisis menggunakan analisis tematik (thematic analysis), dengan langkah-langkah sebagai berikut: Transkripsi hasil wawancara dan catatan observasi, Klasifikasi tema berdasarkan kendala dan strategi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk keripik singkong yang dihasilkan para pelaku UMKM punya banyak varian rasa, mulai dari original, pedas, balado, sampai rasa khas Aceh. Dari segi rasa, kualitasnya sebenarnya sudah cukup bagus dan bisa bersaing dengan produk lain yang dijual di pasar nasional maupun luar negeri. Tapi, sayangnya, pasar mereka masih sebatas lokal dan regional, belum sampai ke level ekspor meskipun peluangnya cukup besar. Sebagian besar usaha keripik singkong di Aceh Tenggara ini sudah berjalan antara 3 sampai 10 tahun, dengan kapasitas produksi sekitar 50 hingga 150 kilogram per minggu.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM keripik singkong di Kabupaten Aceh Tenggara, ditemukan beberapa kesenjangan signifikan dalam aspek pengetahuan dan keterampilan ekspor. Kesenjangan ini menjadi hambatan utama yang menghalangi pelaku usaha untuk mengembangkan orientasi bisnis mereka ke pasar internasional.

"Kami sebenarnya sangat ingin mengembangkan usaha ini ke pasar ekspor, tetapi kami merasa sangat bingung dengan apa yang harus dilakukan pertama kali untuk memulai ekspor. Kami tidak tahu harus mulai dari mana, harus mengurus apa saja, dan harus ke instansi mana. Informasi yang kami dapat sangat terbatas dan tidak ada yang memberikan penjelasan secara detail dan bertahap kepada kami" ujar pelaku UMKM

"Kami merasa sangat terberatkan dengan berbagai peraturan dan persyaratan yang diberikan untuk ekspor. Standar-standar yang harus dipenuhi sangat banyak dan rumit. Kami tidak paham standar kualitas seperti apa yang diminta oleh negara tujuan ekspor, bagaimana cara memenuhinya, dan berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk sertifikasi. Semua ini membuat kami merasa bahwa ekspor adalah hal yang sangat sulit untuk kami lakukan. ujar pelaku UMKM

"Tidak ada instansi yang memberikan pengarahan secara mendalam kepada kami untuk memulai ekspor. Kalau ada pelatihan atau sosialisasi, biasanya hanya satu atau dua kali saja dan materinya sangat umum, tidak detail. Kami butuh bimbingan yang berkelanjutan, mulai dari persiapan produk, pengurusan izin, sampai cara mencari pembeli di luar

negeri. Tetapi sayangnya, pendampingan seperti itu tidak ada. Akibatnya, kami hanya bisa menjual hasil olahan singkong kami di daerah ini saja". ujar pelaku UMKM

"Kami sangat bingung dengan konsep kemasan dan label yang modern untuk dikembangkan ke perdagangan internasional. Kemasan yang kami gunakan sekarang masih sangat sederhana, hanya plastik biasa dengan label yang kami buat sendiri secara manual. Kami tidak tahu desain seperti apa yang disukai konsumen internasional, informasi apa saja yang harus dicantumkan di label, dan bagaimana membuat kemasan yang tahan lama untuk pengiriman jarak jauh. Kami juga tidak tahu di mana bisa membuat kemasan yang berkualitas dengan harga terjangkau." ujar pelaku UMKM

"Kami tidak tahu bagaimana cara mencari pembeli dari luar negeri. Selama ini kami hanya mengandalkan pembeli yang datang langsung atau dari mulut ke mulut. Kami tidak punya keterampilan untuk memasarkan produk secara online ke pasar internasional dan tidak tahu harus mulai dari mana. Kalau ada yang bisa membimbing kami cara memasarkan produk ke luar negeri, pasti akan sangat membantu." ujar pelaku UMKM

"Kalau dari segi kualitas dan rasa, olahan keripik singkong kami tidak kalah enak dibandingkan dengan olahan ekspor yang lain. Kami menggunakan bahan baku pilihan dan bumbu yang berkualitas. Banyak pelanggan yang mengatakan bahwa produk kami sangat enak dan bisa bersaing dengan produk-produk terkenal. Kami yakin kalau diberikan kesempatan dan bimbingan yang tepat, produk kami bisa menembus pasar ekspor." ujar pelaku UMKM

Hasil analisa dari peneliti mengenai jawaban yang telah disampaikan oleh pelaku umkm ialah, Pelaku UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara masih menghadapi banyak kendala untuk bisa menembus pasar ekspor. Kebanyakan dari mereka belum benar-benar paham tentang proses ekspor, baik soal dokumen yang harus disiapkan, sertifikasi produk, maupun urusan bea cukai. Mereka hanya tahu bahwa ekspor berarti menjual produk ke luar negeri, tapi tidak tahu langkah-langkah nyatanya. Kurangnya sosialisasi dan pelatihan juga membuat mereka belum mengerti standar internasional seperti HACCP, ISO 22000, atau sertifikat halal. Pendampingan dari pemerintah pun masih minim, jadi mereka sering kebingungan harus minta bantuan ke siapa. Di sisi lain, kemasan produk mereka juga masih sederhana karena keterbatasan kemampuan desain dan sulitnya mendapatkan bahan kemasan yang sesuai standar ekspor. Selain itu, kemampuan digital dan bahasa asing yang masih rendah membuat mereka kesulitan memasarkan produk lewat platform global seperti Alibaba atau Amazon. Meskipun begitu, para pelaku usaha tetap yakin kalau kualitas keripik singkong mereka bagus dan bisa bersaing di luar negeri, asalkan ada dukungan berupa pelatihan, pendampingan, dan peningkatan keterampilan dari pihak terkait.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran pemerintah dan lembaga terkait sangat dibutuhkan agar UMKM bisa lebih siap untuk

ekspor. Beberapa hal yang perlu dilakukan antara lain memberikan pelatihan ekspor dan peningkatan kemampuan digital bagi pelaku usaha, membentuk pusat informasi ekspor di setiap daerah, menjalin kerja sama antara pemerintah, kampus, dan pihak swasta untuk mendampingi UMKM, serta memperkuat dukungan seperti penyediaan kemasan yang layak ekspor dan akses ke platform jualan online internasional.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi lima kesenjangan utama yang menghambat UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara untuk menembus pasar ekspor. Pertama, pemahaman prosedur ekspor yang masih minim, termasuk pengurusan dokumen, sertifikasi, dan bea cukai. Kedua, kurangnya pengetahuan tentang standar kualitas internasional seperti HACCP, ISO 22000, dan sertifikat halal. Ketiga, minimnya pendampingan berkelanjutan dari instansi terkait, di mana sosialisasi yang ada masih bersifat umum dan tidak detail. Keempat, keterbatasan kemampuan dalam mendesain kemasan dan label yang memenuhi standar ekspor. Kelima, rendahnya keterampilan pemasaran digital dan penguasaan bahasa asing untuk mengakses platform perdagangan internasional. Meskipun demikian, pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri yang tinggi terhadap kualitas produk mereka dan optimis dapat bersaing di pasar global jika mendapat dukungan yang memadai.

F. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas ekspor UMKM keripik singkong di Aceh Tenggara. Pertama, pemerintah daerah perlu menyelenggarakan pelatihan ekspor yang komprehensif dan bertahap, mencakup prosedur ekspor, standar internasional, dan pengurusan sertifikasi. Kedua, membentuk pusat informasi dan layanan pendampingan ekspor di tingkat kabupaten yang dapat diakses secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM. Ketiga, menyediakan bantuan teknis untuk pengembangan desain kemasan dan label yang memenuhi standar internasional dengan harga terjangkau. Keempat, mengadakan program peningkatan keterampilan digital marketing dan bahasa asing untuk memfasilitasi akses ke platform perdagangan online global. Kelima, membangun sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta dalam mendampingi UMKM agar produk keripik singkong Aceh Tenggara dapat menjadi produk unggulan ekspor yang berdaya saing tinggi di pasar internasional.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, *Statistik Indonesia: Produksi Tanaman Pangan* (Jakarta: BPS, 2023), hlm. 125.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Tenggara, *Aceh Tenggara Dalam Angka 2023* (Kutacane: BPS Kabupaten Aceh Tenggara, 2023), hlm. 201..

- Bahadur Soomro, Shahid Gul Memon, dan Muneer Soomro, "Impact of Entrepreneurial Knowledge, Skills, and Competencies on MSME Performance: An Evidence from a Developing Country," *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 1 (2023), hlm. 115.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (3rd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- E. Kristi Poerwandari, *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, 1998), hlm. 29.
- Effendi M. Guntur, *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat: Transformasi Perekonomian Rakyat Menuju Kemandirian dan Berkeadilan* (Jakarta: IKAPI, 2009), hlm. 15.
- Handayani dan Pratama, "Penguatan Daya Saing UMKM Agroindustri Singkong Melalui Pemasaran Digital dan Inovasi Kemasan Berkelanjutan," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, Vol. 5, No. 3 (2023), hlm. 234.
- Hanisa, Daeng, A., dan Astuti, E., "Pengaruh Keterampilan, Pengetahuan, dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM," *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2, No. 2 (2023), hlm. 98.
- Helianti, "Paket Kebijakan Ekonomi untuk Mendorong Ekspor Produk UMKM," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1 (2017), hlm. 85.
- Karuniawati, W., Riski, I. M., Latifah, D. Y., Khasanah, N., & Achidsti, A. (2023). Strategi Kebijakan Peningkatan Ekspor untuk Menjaga Kestabilan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *JOURNAL OF PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION RESEARCH*, 1(02).
- Kementerian Perdagangan RI, "Giat Ikuti Pelatihan Ekspor Kemendag, Produk Keripik Singkong Asal UKM Indonesia Tembus Pasar AS," Siaran Pers (Jakarta: Kemendag, 2020).
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2022-2023," (Jakarta: Kemenkop UKM, 2023), hlm. 3.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 6.
- Rahman dan Sari, "Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku UMKM dalam Pengelolaan Usaha Modern dan Akses Pasar," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 10, No. 2 (2023), hlm. 142.
- Salman et al., "Kurangnya SDM sebagai Hambatan Pertumbuhan UMKM," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 8, No. 2 (2014), hlm. 67.

- Sarfiah et al., "Hambatan Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan," *Jurnal Minfo Polgan*, Vol. 13, No. 1 (2019), hlm. 45.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 28.
- Talat Alauddin dan Md. Fakhru Islam Chowdhury, "Small and Medium Enterprise in Bangladesh-Prospects and Challenges," *Global Journal of Management and Business Research*, Vol. 15, No. 7 (2015), hlm. 21.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tsabita, P., Syabitha, F. N., Hasanah, N., et al., "Pelatihan dan Sosialisasi Pengembangan Inovasi Produk Keripik Singkong Sebagai Upaya Peningkatan UMKM di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 5, No. 4 (2024), hlm. 7838.
- Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 78-79.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pasal 4 ayat (2).
- Zihanuddin, M., Haliza, N., Saputri, A. A., dan Abdullah, Y., "Sosialisasi UMKM dalam Produk Keripik Singkong Sebagai Upaya Menjadi Produk Unggulan," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, No. 2 (2024), hlm. 109.