

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN OMSET
PENJUALAN PELAKU UMKM DI KABUPATEN
BENGKULU UTARA**



TESIS

Oleh :

**PUJI ODARWANI
NPM : 2361101027**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2026**

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN OMSET
PENJUALAN PELAKU UMKM DI KABUPATEN
BENGKULU UTARA**



TESIS

**Diajukan guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Magister Manajemen (M.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Magister Manajemen**

Oleh :

**PUJI ODARWANI
NPM : 2361101027**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN OMSET
PENJUALAN PELAKU UMKM DI KABUPATEN
BENGKULU UTARA**



Diajukan oleh :


PUJI ODARWANI
NPM : 2361101027

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing 1


Dr. Sri Ekowati, S.E., M.M
NIDN. 0211107001

Dosen Pembimbing 2


Andi Azhar, S.IP., MBA., Ph.D
NIDN. 0231128901

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Furqonti Banidiah, S.E., M. Si
NIDN. 0208047301

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN OMSET PENJUALAN PELAKU UMKM DI KABUPATEN BENGKULU UTARA

Oleh

Puji Odarwani
NPM : 2361101027

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Selasa tanggal **27 Januari 2026**
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

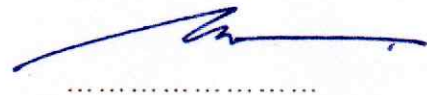
Dewan Penguji :

1. **Dr. Ahmad Junaidi, S.E., M.Si**
NIDN. 0271710102
2. **Dr. Islamuddin, S.E., M.M**
NIDN. 0204026803
3. **Dr. Sri Ekowati, S. E., M. M**
NIDN. 0211107001
4. **Andi Azhar, S.IP.,MBA.,Ph.D**
NIDN. 0231128901

Tanda Tangan :



.....
MS


.....


.....

Bengkulu, Januari 2026
Dekan,




Furgonti Ranidiah, S.E., M.M
NIDN. 0208047301

PERNYATAAN

Saya, Puji Odarwani, NPM. 2361101027, menyatakan bahwa;

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Muhammadiyah Bengkulu, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Bengkulu



Bengkulu, Januari 2026
Yang Menyatakan


PUJI ODARWANI
NPM. 2361101027

DECLARATION

I, **Puji Odarwani**, Student Identification Number (NPM) **2361101027**, hereby declare that:

1. *This thesis is original and truly my own work, and not the work of others submitted in my name, nor does it constitute any form of imitation or plagiarism of other people's work. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree, either at **Universitas Muhammadiyah Bengkulu** or at any other higher education institution.*
2. *This thesis does not contain any work or opinions that have been written or published by others, except those explicitly cited in writing as references by mentioning the author's name and listed in the bibliography.*
3. *I make this statement truthfully, and should any deviation or inaccuracy be found in the future, I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the degree obtained from this thesis, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations in force at **Universitas Muhammadiyah Bengkulu**.*



Bengkulu, January 2026

Declared by,

PUJI ODARWANI

NPM 2361101027

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah atas limpahan rahmat dan karunia dari Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar magister ini. syukur dan bahagia yang saya rasakan ini akan saya persembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan berharga dalam hidup saya.

Persembahan Tesis serta terimakasih ini saya ucapkan untuk:

1. Kedua Orangtuaku Bapak Ishak S.Sos dan Ibu Isnaini S.Sos , Terimakasih sudah menjadi Orangtua Luar biasa yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh kasih sayang, terimakasih atas pengorbanan, nasehat dan do'a yang tiada hentinya kalian berikan kepadaku selama ini.
2. Kepada Suami Tercinta Ajuanda Putra S.Pd, Terima kasih sudah mendukung untuk mendapatkan gelar magister ini.
3. Kepada kakak kandungku Nurhani oktami sari dan Ilas tini putri terima kasih atas dukungan kalian untuk menyelesaikan tesis ini tepat waktu.
4. Kepada Anakku Aulia Zharwani Humaira Penyemangat ibu.
5. Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu Bapak Dr. Susiyanto, M. Si, yang telah membantu, dan mendukung saya selama awal, dan akhir perkuliahan.
6. Dosen Pembimbingku yaitu Ibu Dr. Sri Ekowati S.E., M.M , Bapak Andi azhar, Ph.D.CDMP Terimakasih telah memberikan arahan dan koreksi sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan untuk ibu Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M selaku Kepala prodi Magister Manajemen Terimakasih telah memberikan dukungan untuk kami dalam menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, atas segala bimbingan, perhatian serta ilmu yang sangat berharga yang diberikan kepadaku
8. Bapak/Ibu Struktural Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan bantuan dalam saya mengurus administrasi akademik dalam proses perkuliahan.
9. Teman-teman seperjuanganku Prodi Manajemen Program Magister angkatan IV.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Bengkulu

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah mengajarkan manusia dengan qalam (pena) dan mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuainya. Sehingga manusia dapat hidup dengan cahaya ilmu dan pengetahuan. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan mendidik umatnya dengan ilmu dan akhlak menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Tesis ini disusun sebagai salah satu tugas akademis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam rangka mencapai gelar Magister Manajemen. Dalam penyusunan tesis ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini dapat terselesaikan atas bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan moril maupun materil. Adapun ucapan terima kasih khususnya penulis sampaikan kepada

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu **Dr. Susiyanto, M. Si** beserta jajarannya.
2. Ibu **Furqonti Ranidiah, S.E., M.M** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu **Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M** selaku Ketua Program Studi,, Manajemen Program Magister Universitas Muhammadiyah Bengkulu
4. Ibu **Dr. Sri Ekowati, S.E., M.M** selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama ini.
5. Bapak **Andi Azhar Ph.D, CDMP** selaku Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.
7. Kepada Seluruh Teman Mahasiswa Pascasarjana yang telah samasama Menikmati suka dan duka selama waktu perkuliahan
8. Secara khusus diucapkan sembah sujud dan terima kasih kepada Orang Tua tercinta, Adik- Adik dan semua keluarga yang tidak dapat saya sebutkan

satu persatu atas doa yang telah diberikan kepada penulis.

9. Dan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis baik semasa masih waktu perkuliahan sampai penulisan tesis ini, yang penulis tidak mampu sebutkan namanya satu persatu.

Saya berdoa kepada mereka. Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis berharap semoga kebaikan dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis mendapat Rahmat, Hidayah, dan Karunia dari Allah SWT. Amin.

Bengkulu, Januari 2026

Penulis,

PUJI ODARWANI

Analisis Strategi Peningkatan Omset Penjualan Pelaku Umkm Di Kabupaten Bengkulu Utara

ABSTRAK

Puji Odarwani¹, Sri Ekowati², Andi Azhar³

UMKM pangan olahan di Kabupaten Bengkulu Utara berperan penting dalam perekonomian daerah, namun sebagian pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan omset penjualan. Permasalahan tersebut disebabkan oleh keterbatasan strategi pemasaran, rendahnya inovasi produk, pengelolaan modal yang belum optimal, serta rendahnya kepemilikan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi strategi pemasaran yang diterapkan pelaku UMKM, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi peningkatan omset penjualan, serta merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 25 pelaku UMKM pangan olahan di Kabupaten Bengkulu Utara.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran UMKM masih didominasi cara konvensional dan pemanfaatan pemasaran digital belum optimal. Faktor internal yang berpengaruh meliputi inovasi produk, pengelolaan modal, dan legalitas usaha, sedangkan faktor eksternal meliputi perkembangan teknologi digital, dukungan kebijakan pemerintah, serta tingkat persaingan pasar. Strategi yang direkomendasikan meliputi optimalisasi legalitas usaha, penguatan pemasaran digital, serta peningkatan inovasi produk guna mendorong peningkatan omset penjualan UMKM.

Kata kunci: UMKM, strategi pemasaran, inovasi produk, legalitas usaha, omset penjualan.

¹Puji Odarwani

²Sri Ekowati

³Andi Azhar

An Analysis of Strategies to Increase the Sales Turnover of MSMEs in North Bengkulu Regency

ABSTRACT

Puji Odarwani¹, Sri Ekowati², Andi Azhar³

Processed food MSMEs in North Bengkulu Regency play an important role in the regional economy; however, many business actors still face difficulties in increasing their sales turnover. These challenges are mainly caused by limited marketing strategies, low product innovation, suboptimal capital management, and the lack of business legality such as the Business Identification Number (NIB) and the Home Industry Food Permit (PIRT).

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by MSME actors, identify internal and external factors influencing the increase in sales turnover, and formulate appropriate strategies for business development. The research employed a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation involving 25 processed food MSME actors in North Bengkulu Regency.

Data were analyzed using SWOT analysis. The findings indicate that MSME marketing strategies are still dominated by conventional methods, while the utilization of digital marketing remains limited. Internal factors influencing sales turnover include product innovation, capital management, and business legality, whereas external factors include the development of digital technology, government policy support, and the level of market competition. The recommended strategies include optimizing business legality, strengthening digital marketing, and increasing product innovation to support the growth of MSME sales turnover.

Keywords: MSMEs, Marketing Strategy, Product Innovation, Business Legality, Sales Turnover

Puji Odarwani
Sri Ekowati
Andi Azhar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
DECLARATION	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	6
2.1.2 Strategi Penjualan	11
2.1.3 Strategi Penjualan UMKM di Era Digital	13
2.1.4 Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)	14
2.1.5 Nomor Induk Berusaha (NIB)	16
2.1.6 Omset Penjualan	18
2.1.7 Inovasi Produk	20
2.1.8 Pengelolaan Modal dan Aset	23
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Indikator Penelitian	30
2.4 Kerangka Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rasionalitas Jenis Penelitian	34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3 Sumber Data Penelitian	35
3.4 Jenis Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisa Data	39

3.6.1 Identifikasi Faktor Internal	40
3.6.2 Identifikasi Faktor Eksternal	40
3.6.3 Matriks SWOT	41
3.7 Pengecekan Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Hasil Analisis SWOT	45
4.2.2 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	46
4.2.3 Analisis SWOT	48
4.2.3.1 IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	49
4.2.3.2 EFAS (External Factor Analysis Summary)	55
4.2.3.3 Koordinat Kuadran Swot	62
4.2.3.4 Grand Strategy (9 Kuadran)	64
4.2.3.5 Matriks Analisis Swot	69
4.3 Pembahasan	73
4.4 Implikasi Penelitian	76
4.4.1 Implikasi Teoritis.....	76
4.4.2 Implikasi Praktis	77
4.4.3 Implikasi Kebijakan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Bagi Pelaku UMKM	82
5.2.2 Saran Bagi Pemerintah Daerah	83
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Penelitin	31
Diagram 4.1 Diagram Grand Strategi Matriks (9 Kuadran).....	65
Diagram 4.2 Diagram Kuadran Swot Umkm	67

DAFTAR TABEL

Table 2.2 Faktor Omset Penjualan	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Tabel Matriks Swoot	41
Tabel 4.1 Tabel Matriks IFAS	50
Tabel 4.2 Tabel Matriks EFAS.....	57
Tabel 4.3 Tabel Perhitungan Koordinat Kuadran Swot	63
Tabel 4.4 Tabel Matriks Analisis Swoot	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2023). Di Kabupaten Bengkulu Utara, UMKM menjadi penggerak ekonomi lokal dengan jumlah lebih dari 12.000 unit usaha (Dinas Koperasi & UKM Bengkulu Utara, 2023), didominasi oleh sektor makanan olahan. Namun, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam meningkatkan omset penjualan. Data Dinas Koperasi Bengkulu Utara (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 70% UMKM makanan olahan belum mengalami peningkatan omset signifikan dalam dua tahun terakhir. Beberapa permasalahan utama yang ditemukan di lapangan meliputi: (1) strategi pemasaran yang masih konvensional; (2) minimnya inovasi produk; (3) keterbatasan modal dan pencatatan keuangan; serta (4) rendahnya kepemilikan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Kondisi ini berdampak pada terbatasnya akses pasar, terutama ke toko modern dan platform digital.

Teori pemasaran Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa peningkatan penjualan sangat ditentukan oleh penerapan bauran pemasaran (4P). Dalam konteks UMKM Bengkulu Utara, berbagai komponen 4P belum diterapkan secara optimal, misalnya promosi digital yang minim dan produk yang kurang inovatif. Teori inovasi Rogers (2003) juga menjelaskan bahwa keberhasilan

UMKM mengadopsi teknologi digital akan meningkatkan daya saing usaha, namun literasi digital pelaku UMKM di daerah masih rendah. Selain itu, legalitas usaha memiliki peran penting dalam kepercayaan konsumen dan perluasan pasar. NIB dan PIRT menjadi syarat wajib untuk memasarkan produk di e-commerce dan retail modern. Akan tetapi, data lapangan menunjukkan lebih dari 50% pelaku usaha makanan kering di Bengkulu Utara belum memiliki kedua legalitas tersebut, sehingga membatasi peluang perluasan pasar. Beberapa penelitian terdahulu telah membahas strategi peningkatan penjualan UMKM, seperti fokus pada inovasi produk, digital marketing, atau modal kerja. Namun, belum ada penelitian yang menggabungkan strategi pemasaran, inovasi, manajemen modal, serta aspek legalitas (NIB dan PIRT) sebagai model komprehensif dalam konteks UMKM makanan kering di Bengkulu Utara. Inilah kesenjangan penelitian (research gap) yang menjadi dasar studi ini. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting untuk menganalisis strategi peningkatan omset penjualan UMKM makanan kering di Kabupaten Bengkulu Utara dengan meninjau empat aspek utama: (1) strategi pemasaran; (2) inovasi produk; (3) manajemen permodalan; dan (4) legalitas usaha. Fokus penelitian diarahkan pada produk kering dengan ketahanan minimal tujuh hari karena kategori ini merupakan syarat dasar untuk memperoleh PIRT.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek di atas, penting dilakukan penelitian yang komprehensif untuk menganalisis strategi-strategi apa saja yang telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bengkulu Utara, faktor-faktor apa yang mempengaruhinya, serta bagaimana efektivitasnya dalam

meningkatkan omset penjualan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi yang aplikatif dan sesuai dengan konteks lokal, serta menjadi rujukan dalam perumusan kebijakan pemberdayaan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini menjadi penting dan relevan untuk dilaksanakan, mengingat kebutuhan pelaku UMKM akan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dan dinamika pasar yang semakin kompleks. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi akademik dalam pengembangan teori strategi pemasaran dan pengembangan UMKM di tingkat lokal. Dari penjelasan di atas maka peneliti akan meneliti dengan judul **“Analisis Strategi Peningkatan Omset Penjualan Pelaku Umkm Di Kabupaten Bengkulu Utara”**

1.2 Batasan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dalam penelitian ini hanya berfokus pada pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang produksi makanan kering dengan ketahanan produk minimal tujuh (7) hari dengan peran legalitas NIB dan PIRT dan Informan penelitian terdiri dari pelaku UMKM aktif minimal satu tahun, memiliki produksi rutin serta bersedia memberikan data usahanya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jabarkan, maka rumusan masalah

dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi strategi pemasaran yang saat ini diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bengkulu Utara dalam upaya meningkatkan omset penjualan?
2. Faktor internal dan eksternal apa saja yang memengaruhi peningkatan omset penjualan pelaku UMKM di Kabupaten Bengkulu Utara?
3. Bagaimana strategi yang akan diterapkan terhadap peningkatan omset penjualan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka penelitian bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Bengkulu Utara dalam meningkatkan omset penjualan.
2. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan peningkatan omset UMKM.
3. Untuk mengevaluasi strategi yang akan diterapkan oleh pelaku UMKM terhadap peningkatan omset.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis:

Sebagai kontribusi ilmiah dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan kewirausahaan, khususnya dalam konteks peningkatan

kinerja UMKM berbasis strategi pemasaran dan adaptasi teknologi.

b. Manfaat Praktis:

1. Bagi pelaku UMKM, memberikan gambaran strategi yang efektif dan aplikatif untuk meningkatkan omset usaha. Bagi pemerintah daerah menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun program pemberdayaan UMKM secara tepat sasaran dan berbasis kebutuhan bagi lembaga pendamping dan pembiayaan memberikan dasar dalam merancang program pelatihan, fasilitasi permodalan, dan penguatan kapasitas usaha.
2. Bagi peneliti selanjutnya, menjadi referensi dalam penelitian lanjutan yang berkaitan dengan strategi peningkatan performa UMKM di wilayah lain atau sektor tertentu.