

THE POTENTIAL OF FINANCIAL TECHNOLOGY TO SUPPORT THE GROWTH OF INDONESIAN SMES

Potensi Teknologi Keuangan Untuk Mendukung Pertumbuhan UMKM Indonesia

Mustika Rahmi

Universitas Ahmad Dahlan

Email: mustika.rahmi@mgm.uad.ac.id

ABSTRACT

Globalization and technological transformation have triggered new changes in developed and developing countries. Technology and entrepreneurship are vital tools used for the national economy towards the 21st century of need and growth. Technology-based companies specifically pay attention to the policy-making process because of their higher prospects for job creation and increased income through business development and a lower level of potential bankruptcy compared to companies that are not technology-based. New technology is often developed in R & D institutions. Initiatives to provide incubation facilities to transfer this new technology to the market, are adopted by all developing institutions. A comprehensive review of the literature on technological innovation and MSMEs is carried out. This study specifically examines the factors that drive technology adoption in MSMEs and their impact on MSME performance, profit, growth, and market share. In developed countries, technology development encourages the incubator movement.

Keywords: SMEs, Globalization, Financial Technology

ABSTRAK

Globalisasi dan transformasi teknologi telah memicu perubahan baru di negara maju dan berkembang. Teknologi dan kewirausahaan adalah alat vital yang digunakan untuk ekonomi nasional menuju abad 21 kebutuhan dan pertumbuhan. Perusahaan-perusahaan berbasis teknologi secara khusus memberikan perhatian terhadap proses pembuat kebijakan karena prospek mereka yang lebih tinggi untuk penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan melalui pengembangan bisnis serta tingkat potensi kebangkrutan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak berbasis teknologi. Teknologi baru sering dikembangkan di lembaga R & D. Inisiatif untuk menyediakan fasilitas inkubasi untuk mentransfer teknologi baru ini ke pasar, diadopsi oleh semua institusi yang sedang berkembang. Tinjauan komprehensif literatur tentang inovasi Teknologi dan UMKM dilakukan. Studi ini secara khusus meneliti faktor-faktor yang mendorong adopsi teknologi di UMKM dan dampaknya terhadap kinerja UMKM, laba, pertumbuhan, dan pangsa pasar. Di negara-negara maju, pengembangan teknologi mendorong gerakan inkubator.

Kata Kunci: UMKM, Globalisasi, Teknologi Keuangan

A. LATAR BELAKANG

Di Indonesia, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) secara historis mempunyai peran yang signifikan dalam aktivitas ekonomi domestik, terutama sebagai penyedia peluang kerja. Faktor ini menyebabkan UMKM menjadi salah satu penghasil sumber pendapatan primer atau sekunder untuk rumah tangga. Perusahaan-perusahaan UMKM telah menjadi mesin penting untuk pengembangan ekonomi dan komunitas lokal. Namun, jika dibandingkan dengan negara lain di kawasan Asia Pasifik, perkembangan UMKM Indonesia belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi nasional (T. Tambunan, 2008).

UMKM juga telah diakui memiliki peran penting lainnya di Indonesia sebagai mesin untuk pengembangan dan pertumbuhan ekspor non-minyak dan gas, khususnya di sektor manufaktur. Ini sejalan dengan bukti di Asia Timur dan Tenggara di negara-negara seperti Korea Selatan, Taiwan, Hong Kong, dan Singapura, menunjukkan bahwa sebagian besar kasus sukses pengembangan UMKM telah secara langsung berkontribusi pada perdagangan dan penerapan strategi berorientasi ekspor (Bijaoui, 2016). Pengalaman negara-negara ini menunjukkan bahwa UMKM dapat bersaing secara efektif baik di dalam negeri maupun pasar internasional.

Dalam laporan (*OECD Economic Surveys INDONESIA*, 2015), UMKM menguasai lebih dari 60% sektor perekonomian di Indonesia. Sektor ini menyediakan penghidupan bagi lebih dari 90% tenaga kerja negara, terutama wanita dan kaum muda. Mayoritas UMKM, tersebar luas di seluruh daerah pedesaan, dan karena itu, mereka dapat memainkan peran penting sebagai titik awal untuk pengembangan bakat penduduk desa sebagai wirausahawan, terutama perempuan (T. H. Tambunan, 2009). UMKM umumnya didominasi oleh perusahaan tradisional, umumnya dengan tingkat produktivitas rendah dan berkualitas rendah produk dan melayani pasar kecil dalam skala lokal. Sektor ini biasanya minim dinamika teknologi.

Banyak pelaku UMKM yang menghadapi resiko penutupan usaha atau pengembangan yang cenderung sulit, terutama dengan adanya liberalisasi impor, dinamika teknologi, dan permintaan yang meningkat untuk kualitas yang lebih tinggi serta produk modern. Keberadaan atau pertumbuhan dari jenis perusahaan kecil atau UMKM ini merupakan fase awal pengembangan kewirausahaan

Tren Fintech di Asia

Kemajuan integrasi teknologi telah merevolusi berbagai industri, tidak terkecuali industry keuangan. Pendekatan layanan keuangan dengan latar belakang teknologi, yang saat ini populer dengan istilah "FinTech" Financial Technology, atau teknologi keuangan, sedang diminati di seluruh dunia dan juga di pasar Asia. (KPMG, 2015) melaporkan bahwa pada tahun 2015, investasi di perusahaan FinTech Asia meningkat dari \$ 1,1 miliar hingga \$ 4,5 miliar tahun ke tahun. Sebagai contoh, selama 2015, investasi FinTech China berkembang secara signifikan, dari hanya di atas \$ 600 juta dalam investasi pada tahun 2014 hingga hampir \$ 2,7 miliar pada tahun 2015 dari transaksi yang signifikan (KPMG, 2015).

Fenomena ini merupakan peluang bagi UMKM untuk mengontrol situasi keuangan mereka.

B. TINJAUAN PUSTAKA

UMKM di Indonesia menghadapi banyak masalah agar mereka tumbuh dan berkembang. (Sukirman, 2017) menyatakan dalam penelitiannya bahwa masalah umum tersebut antara lain, (1)

kurangnya kualitas sumber daya manusia; (2) tingginya biaya bahan baku; (3) masalah arus kas; (4) kekurangan keterampilan teknis untuk mempromosikan produk di pasar; (5) dukungan pemerintah yang tidak memadai; (6) masih menggunakan teknologi tradisional; dan (7) kesulitan dalam mengakses fasilitas bank, terutama di daerah pedesaan.

Penelitian (T. Tambunan, 2008) menunjukkan kemiripan tentang masalah yang umumnya dihadapi oleh UMKM di Indonesia. Masalah tersebut dapat berbeda dari satu wilayah ke wilayah lain, antara daerah pedesaan dan perkotaan, antara sektor, atau antara perusahaan individu dalam suatu sektor. Namun kendala yang paling umum antara lain kurangnya modal, kesulitan dalam pengadaan bahan baku, kurangnya akses ke bisnis yang relevan informasi, kesulitan dalam pemasaran dan distribusi, kemampuan teknologi rendah, biaya transportasi yang tinggi, masalah komunikasi, masalah yang disebabkan oleh rumit dan prosedur birokrasi yang mahal (terutama dalam mendapatkan lisensi yang diperlukan), dan kebijakan dan peraturan yang menghasilkan distorsi pasar.

Pada dasarnya masalah yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu masalah non-keuangan dan masalah keuangan.

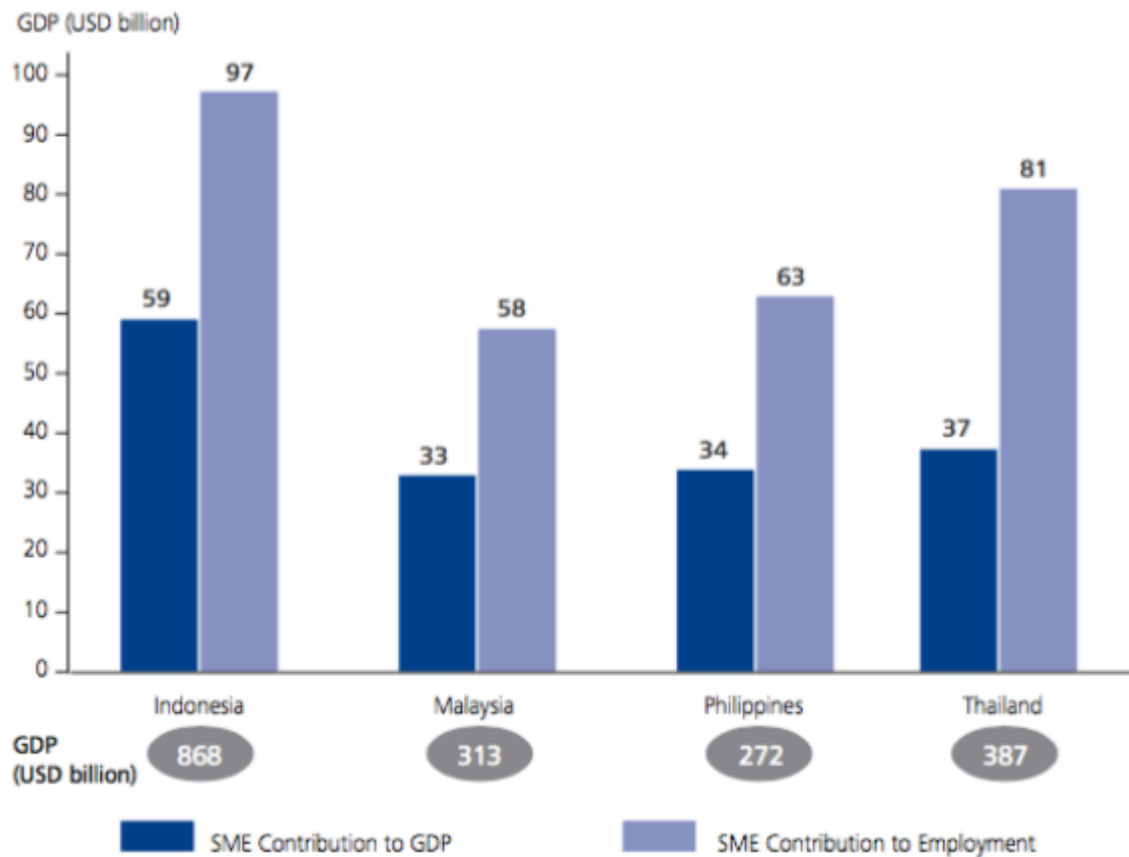
C. METODE PENELITIAN (tidak ada)

D. HASIL

Di negara berkembang, peran UMKM menjadi lebih penting karena selain UMKM memiliki potensi untuk mendukung peningkatan distribusi pendapatan, penciptaan lapangan kerja, kemiskinan pengurangan dan pertumbuhan ekspor nasional, UMKM juga mengarah pada pengembangan kewirausahaan, industri dan ekonomi pedesaan (Beck et al., n.d.). UMKM sebenarnya bisa menjadi mesin yang menopang pertumbuhan untuk pembangunan jangka panjang di negara berkembang. Ketika pertumbuhan menguat, UMKM secara bertahap mengambil peran kunci dalam pengembangan industri dan restrukturisasi. Mereka dapat menciptakan permintaan konsumen lokal atas servis dan produk, yang kemudian memungkinkan peningkatan spesialisasi, dan lebih jauh lagi mendukung perusahaan besar dengan adanya layanan dan input (Edinburgh Group, 2012).

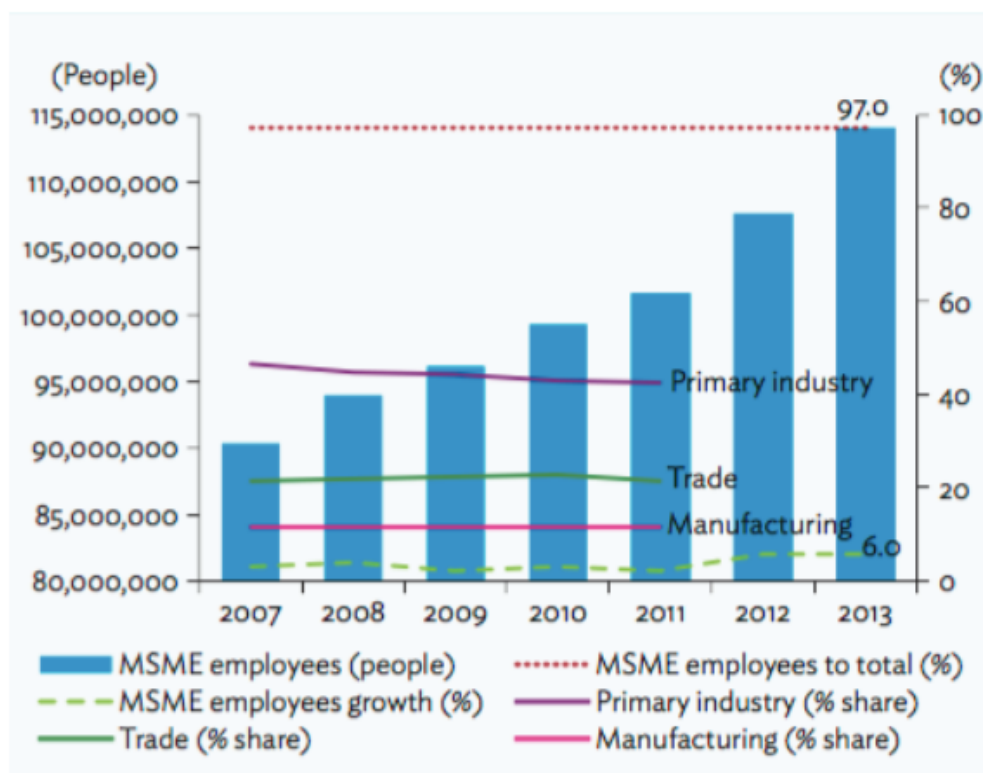
Meskipun UMKM mempunyai banyak potensi dan peran dalam perekonomian negara, pada kenyataannya di banyak negara berkembang, UMKM sangat dibatasi dalam hal mengakses modal untuk tumbuh dan berkembang, termasuk UMKM di Indonesia. Bank tidak menyediakan UMKM, modal yang memadai dikarenakan biaya tinggi untuk transaksi dan pengumpulan informasi, serta risiko yang tak terukur. Lembaga keuangan umumnya ragu untuk membiayai UMKM. Namun, karena UMKM adalah komponen ekonomi yang sangat penting dan stabilitas sosial di suatu negara, meningkatkan akses keuangan bagi UMKM sebenarnya penting untuk meningkatkan kualitas produksi, meningkatkan peluang bisnis baru dan sebagai hasil akhir, merangsang investasi dan konsumsi di tingkat nasional (Shinozaki, 2012).

Gambar 1 di bawah menunjukkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia.



Sumber: *Asia SME Finance Monitor 2013; SME Corporation Malaysia; Department of Statistics Malaysia; Indonesia Ministry of Cooperatives and SMEs; Thailand Office of SME Promotion SME White Paper 2014; APEC Policy Support Unit; DP Information Group cited by Deloitte, 2015a*

Gambar 2 Sektor UMKM Indonesia



Sebagian besar UMKM di Indonesia dimiliki keluarga atau wiraswasta dengan operasi rutin skala kecil dalam area terbatas. Beberapa bisnis terutama di tradisional kerajinan tangan dan industri furnitur kayu, industri fesyen tradisional dan industri makanan, telah mengembangkan model bisnis mereka menuju pasar global. Seperti yang diberikan pada Gambar 3, Bahasa Indonesia UMKM telah menyumbang 15,7% dari total nilai ekspor atau Rp182 triliun, dengan

9,3% pertumbuhan tahunan di 2013. Namun, industri ekspor UMKM tetap bergejolak, dipengaruhi oleh permintaan dari luar negeri negara-negara. Eksportir UMKM mengalami pertumbuhan negatif yang tajam $-8,9\%$ dan $-11,1\%$ pada tahun 2009 dan 2012, masing-masing, disebabkan oleh krisis keuangan global dan lambatnya pemulihan permintaan dari perdagangan mitra seperti Republik Rakyat Tiongkok, Jepang, dan Eropa (Asian Development Bank, 2015).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia bukannya tanpa hambatan yang signifikan. Seperti yang telah dijelaskan bab sebelumnya, UMKM di Indonesia menghadapi masalah pada (1) kurangnya kualitas sumber daya manusia; (2) tingginya biaya bahan baku; (3) masalah arus kas; (4) kekurangan keterampilan teknis untuk mempromosikan produk di pasar; (5) dukungan

pemerintah yang tidak memadai; (6) masih menggunakan teknologi tradisional; dan (7) kesulitan dalam mengakses fasilitas bank, terutama di daerah pedesaan.

Evolusi Fintech

Di dunia abad 21 ini, teknologi telah menjangkau setiap segmen orang hidup. Seiring kemajuan integrasi teknologi, berbagai industri kerja juga telah berkembang dikarenakan oleh teknologi, tidak terkecuali industri keuangan. Teknologi yang memungkinkan solusi keuangan dikenal sebagai "FinTech" - kependekan dari "Teknologi Keuangan". FinTech, menurut global laporan PWC (2016), adalah perpaduan dinamis dari layanan keuangan dan sektor teknologi, di mana Start-up yang berfokus pada teknologi dan pendatang baru di pasar berinovasi produk dan layanan saat ini disediakan oleh industri jasa keuangan tradisional. Dalam beberapa tahun terakhir, FinTech mendapatkan momentumnya di seluruh dunia. Tahun 2015 dianggap sebagai tahun FinTech karena adanya gelombang investasi di Fintech oleh perusahaan perusahaan besar.

Gambar 4 Produk layanan Fintech

Savings and Investments	Money Transfer and Payments	Borrowing	Insurance
1. Peer-to-peer (marketplace) platforms for investments 2. Equity or rewards crowdfunding 3. Online investment advice and investments 4. Online budgeting and financial planning 5. Online stockbroking or spread betting	6. Online foreign exchange 7. Overseas remittances 8. Non-banks to transfer money	9. Borrowing using peer-to-peer platforms	10. Health premium aggregators or car insurance using telematics intended to lower premiums

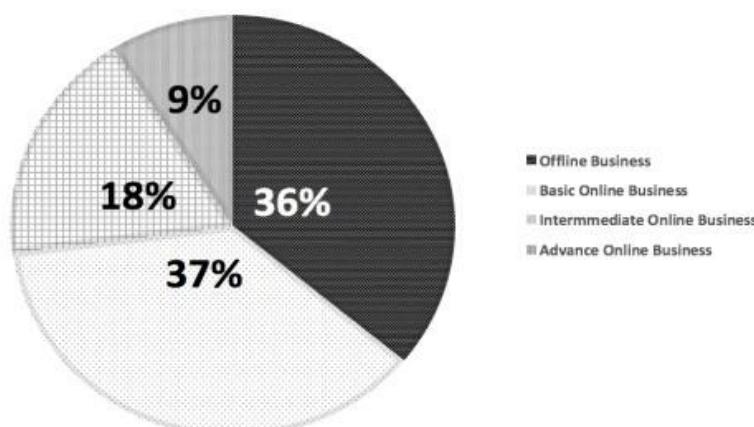
Source: E&Y Journal of Financial Perspectives: Fintech, 2015

Proses Adopsi UMKM Indonesia terhadap teknologi digital

Teknologi internet telah mengubah rantai pasokan dengan meningkatkan kolaborasi dan efisiensi, serta nilai tambah untuk produk dan perusahaan. Adopsi terhadap internet sebagai media komersial telah memotivasi perusahaan untuk bereksperimen dengan cara pemasaran yang inovatif di Indonesia dunia maya (Astuti dan Reza, 2014). Teknologi dapat memberikan peluang inovasi yang signifikan bagi bisnis UMKM. Inovasi adalah proses mengembangkan dan menerapkan baru atau lebih baik produk, layanan, proses, model bisnis, atau praktik organisasi. UMKM Indonesia yang mampu merebut peluang untuk berinovasi cenderung akan berkembang tumbuh, sedangkan mereka yang tidak merespon dengan baik akan tetap tertinggal. Pertumbuhan peluang yang terkait dengan inovasi UMKM cenderung menjadi penting dalam memfasilitasi yang lebih luas pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan di seluruh Indonesia di tahun-tahun mendatang ('Deloitte Report: SMEs Powering Indonesia's success | Deloitte Indonesia | Financial advisory | Press release', n.d.).

Deloitte (2015b) mengklaim bahwa semakin besar penggunaan teknologi digital seperti media sosial, broadband dan e-commerce dalam UMKM, maka akan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM tersebut. Manfaat tersebut antara lain pertumbuhan yang lebih tinggi hingga 80% dalam pendapatan bisnis karena adanya akses tinggi ke calon konsumen baru melalui teknologi. Manfaat lainnya adalah UMKM akan 17 kali lebih cenderung inovatif, menjadi satu setengah kali lebih mungkin untuk meningkatkan peluang pekerjaan, dan lebih kompetitif secara internasional. UMKM dengan kemampuan online dasar memperoleh 6% lebih banyak dari pendapatan, dari pelanggan internasional daripada UMKM yang beroperasi secara offline. Hal ini menjadi bukti tentang adanya manfaat yang signifikan bagi UMKM jika mereka merespon era digital dengan baik. Dengan meningkatkan keterlibatan teknologi digital dalam UMKM Indonesia, maka hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi tahunan negara sebesar 2%. Dengan pertumbuhan seperti itu, Indonesia akan berada di jalur menuju negara berpenghasilan menengah pada tahun 2025.

Gambar 5 Keterlibatan Teknologi dalam UMKM di Indonesia



Source: Stancombe Research and Planning, Deloitte Access Economics,
Cited by Deloitte 2015b

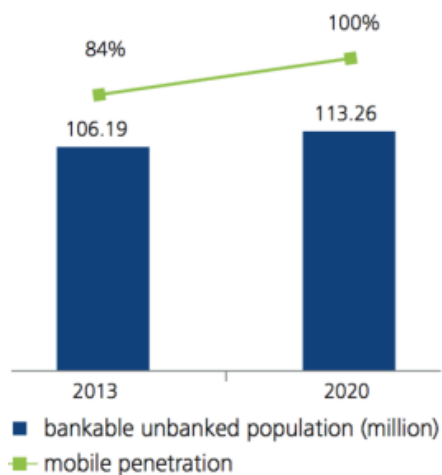
Mayoritas UMKM dengan partisipasi terendah dalam teknologi adalah usaha mikro (58%) yang terletak di daerah pedesaan, diikuti oleh beberapa usaha kecil (27%) dan perusahaan menengah (14%). UMKM di industri primer (pertanian, kehutanan, dan perikanan) yang terdiri dari jumlah UMKM tertinggi di Indonesia tampaknya paling tidak terlibat dalam teknologi digital, dengan dua pertiga dari mereka masih offline dan kurang dari 6% memiliki keterlibatan menengah dalam teknologi.

Isu-isu utama yang dihadapi oleh UMKM Indonesia untuk berpartisipasi dalam teknologi digital adalah aksesibilitas minimum dari segi keuangan dan kurangnya opsi pembiayaan untuk UMKM. Menurut Machmud, Z. dan A. Huda (2011), permintaan kredit UMKM di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari waktu ke waktu dan pada tahun 2010 ini mewakili sekitar 20 persen dari total permintaan kredit. Beberapa bank komersial di Indonesia telah memasuki segmen UMKM untuk memperbesar bisnis mereka. Perkembangan terakhir dalam industri perbankan menggambarkan upaya bank komersial untuk meningkatkan fungsi mereka sebagai pemasok kredit UMKM Indonesia. Namun, perkembangan kredit permintaan dari lembaga keuangan non-bank di Indonesia tidak tercatat dan diatur dengan baik. Untuk mencapai UMKM digital, penting untuk memperluas akses ke pembiayaan untuk UMKM, keduanya dari sumber domestik dan internasional.

Dengan mempertimbangkan bahwa sektor keuangan memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi negara, pemerintah Indonesia memberikan perhatian khusus dalam usaha menggerakkan industri FinTech dengan cara yang bertanggung jawab. Sebagaimana diungkapkan oleh Presiden Indonesia saat ini, Mr. Joko Widodo, dalam even Indonesia E- Commerce Summit & Expo 2016, pemerintah akan memberikan perhatian lebih dan dukungan untuk merangsang pengembangan ekosistem start-up FinTech di Indonesia. Apalagi itu juga memprediksi bahwa pasar FinTech di Indonesia sangat besar dan akan tumbuh secara signifikan selama tahun-tahun mendatang (Febriana, 2016).

Deloitte (2015d) melaporkan bahwa pada 2013, hampir 60% dari seluruh populasi “bankable” di Indonesia memiliki rekening bank. Juga diproyeksikan bahwa total populasi “bankable unbanked” akan terus tumbuh dan mencapai 113 juta pada tahun 2020 dan penetrasi seluler akan tercapai 100% pada tahun 2020. Segmen pasar yang terdiri lebih dari 113 juta “bankable” tanpa bank yang diberdayakan oleh ponsel merupakan peluang yang belum dimanfaatkan untuk industri FinTech.

Gambar 6 Total populasi “bankable unbanked” dan pertumbuhan penetrasi seluler yang diproyeksikan dari 2013 hingga 2020



Source: Deloitte, 2015d

Tak bisa dipungkiri bahwa keuangan adalah komponen utama dari setiap kegiatan bisnis perusahaan. Belajar dari World Economic Forum (2015), hasil riset mengungkapkan bahwa akses terbatas pada keuangan adalah salah satu yang paling banyak dikutip sebagai permasalahan yang signifikan untuk bisnis di negara berkembang, termasuk di Indonesia. Seperti yang sudah dijelaskan, Pasar Indonesia memiliki jumlah usaha mikro yang sangat tinggi, 90% dari total UMKM di Indonesia terletak di daerah pedesaan / daerah terbelakang yang juga memiliki batasan yang substantial pada akses keuangan. Dari Survei terhadap UMKM di Indonesia, Shinozaki (2012) menemukan bahwa persyaratan agunan dan tingginya suku bunga pinjaman adalah hambatan terbesar bagi UMKM di Indonesia untuk mendapatkan pembiayaan, sebagai hasilnya, UMKM di Indonesia sebagian besar kurang terlayani ketika datang ke layanan keuangan. Deloitte (2015a) juga menekankan dari laporannya bahwa mayoritas UMKM Indonesia memerlukan pembiayaan dari kombinasi jalur formal dan informal.

Industri FinTech di Indonesia memang masih dalam tahap awal, dan meskipun tidak ada laporan khusus tentang total pinjaman P2P platform saat ini di Indonesia, ada beberapa pinjaman P2P sudah ada, seperti, Modalku, Amarnya, Crowdo, InvesTree, Mekar, dan KoinWorks, yang bertujuan untuk melayani UMKM di Indonesia. Jumlah perusahaan P2P diprediksi akan terus bertambah, karena ada potensi besar peluang pasar dalam permintaan alternatif UMKM Indonesia pinjaman melalui perusahaan FinTech berjumlah hingga US \$ 54 miliar pada 2020 (Ekberg, et.al., 2016).

E. KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi industri FinTech di Indonesia dan juga untuk memahami faktor utama agar layanan FinTech dapat memberikan dukungan sepenuhnya untuk pertumbuhan bisnis UMKM di Indonesia.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shinozaki dari Asia Development Bank (2012) menunjukkan bahwa hambatan terbesar UMKM Indonesia untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan adalah karena persyaratan agunan dan tingkat bunga pinjaman yang tinggi. Selanjutnya, data juga menunjukkan bahwa kurangnya akses ke keuangan, secara negatif mempengaruhi tingkat kelangsungan hidup dan pertumbuhan UMKM secara umum. Karena itu, para pelaku UMKM di Indonesia memerlukan beberapa bentuk pembiayaan

alternatif untuk menutupi kebutuhan pembiayaan mereka. Pemerintah Indonesia saat ini memperkirakan potensi pasar FinTech di Indonesia untuk mendukung UMKM yang telah diabaikan oleh bank-bank besar, terutama untuk usaha mikro yang menyumbang lebih dari 90% dari total UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Novika Chandra and Reza Ashari Nasution, (2014). *Technology readiness and E-Commerce Adoption among Entrepreneurs of SMEs in Bandung City, Indonesia*, Gadjah Mada International Journal of Business Vol. 16, No.1 (January – April 2014), p.70
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Levine, R., Caprio, G., Carkovic, M., Clarke, G., ... Woodruff, C. (n.d.). *SMEs, Growth, and Poverty: Cross-Country Evidence*. Retrieved from http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/84797-1114437274304/SME_Beck_Demirguc-Kunt_Levine_revised_032005.pdf
- Bijaoui, I. (2016). *Smes in an era of globalization: international business and market strategies*. Palgrave Macmillan.
- Deloitte Report: SMEs Powering Indonesia's success | Deloitte Indonesia | Financial advisory
 | Press release. (n.d.). Retrieved from <https://www2.deloitte.com/id/en/pages/financial-advisory/articles/smes-powering-indonesia-success-report.html>
- Ekberg, Jason et.al,(2016). Time for Marketplace Lending: Addressing Indonesia's Missing Middle. [online]
- Febriana, Penny, (2016). *Fintech: Funding Alternative for start-ups*. [online]
- Lip, K. (2015). *Mobile Banking 2015 Produced in collaboration with and using primary survey data supplied by UBS Evidence Lab Global Trends and their Impact on Banks*. Retrieved from <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/08/mobile-banking-report-2015.pdf>
- Machmud, Z. and A. Huda, 2011. SMEs' Access to Finance: An Indonesia Case Study, in Selected East Asian Economies', in Harvie, C., S. Oum, and D. Narjoko (eds.), Small and Medium Enterprises (SMEs) Access to Finance in Selected East Asian Economies. ERIA Research Project Report 2010-14, Jakarta: ERIA. pg.265-266, 283, 284.
- OECD *Economic Surveys INDONESIA*. (2015). Retrieved from <https://www.oecd.org/eco/surveys/Overview-Indonesia-2015.pdf>
- Shinozaki, S. (2012). *A New Regime of SME Finance in Emerging Asia: Empowering Growth-Oriented SMEs to Build Resilient National Economies ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration*. Retrieved from <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/30110/new-regime-sme-finance-asia.pdf>
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117–117. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Tambunan, T. (2008). SME development, economic growth, and government intervention in a developing country: The Indonesian story. *Journal of International Entrepreneurship*, 6(4), 147–167. <https://doi.org/10.1007/s10843-008-0025-7>
- Tambunan, T. T. H. (2009). Women Entrepreneurs in SMEs. In *SMEs in Asian Developing Countries* (pp. 185–219). London: Palgrave

Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230250949_7