Available *online* at : http://jurnal.poltekapp.ac.id/

Jurnal ABDIMAS Manajemen Dan Rantai Pasok

PENDAMPINGAN STRATEGIS UMKM PANGAN RAMEE DIMSUM: INOVASI PRODUK LAYER KEDUA UNTUK PASAR HORECA DAN PENGUATAN KEPATUHAN LEGALITAS FROZEN FOOD

Disma Prasaja[1], Ahmad Wimbo Helvianto[1], Intan Maria Lewiayu Vierke[1], Renny Kurniawati[1], Rinandita Wikansari[1]

[1,2,3,4,5] Program Studi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT, Politeknik APP Jakarta, Depok, Indonesia

Abstrak: UMKM sektor pangan sering menghadapi dilema antara tekanan harga pasar dan kebutuhan kontinuitas pesanan dalam skema kemitraan institusional. Kegiatan pengabdian ini mendampingi *Ramee Dimsum*, UMKM pangan beku dengan 15 karyawan yang pada asesmen awal melaporkan kendala administrasi keuangan dan pemasaran, namun hasil asesmen partisipatif mengungkap bahwa akar masalah sebenarnya terletak pada sensitivitas harga pasar dan kebutuhan penyesuaian spesifikasi produk untuk mitra Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) pada program Makanan Bergizi Gratis (MBG). Intervensi dirancang melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan fokus pada pengembangan *second-layer product* untuk segmen HORECA, penyusunan *roadmap* legalitas pangan beku, serta pendampingan kognitif-behavioral untuk pengambilan keputusan strategis. Hasil menunjukkan pergeseran *framing* pemilik dari penurunan harga menjadi diferensiasi produk, peningkatan *change readiness* organisasi dari 45% menjadi 80%, penurunan bias *loss aversion*, serta tersusunnya peta jalan kepatuhan regulasi BPOM/P-IRT untuk produk beku. Integrasi psikologi terapan dalam intervensi bisnis terbukti meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, menurunkan beban kognitif pemilik, dan memperkuat adaptasi pasar B2B. Kegiatan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM pangan serta memperkaya kerangka pendampingan berbasis integrasi teknis dan psikologis.

Kata Kunci: UMKM pangan; diferensiasi produk; legalitas *frozen food*; psikologi terapan; *participatory action research*

Abstract: Food-sector micro, small, and medium enterprises (MSMEs) often face a strategic dilemma between market price pressure and the need for continuous orders under institutional partnership schemes. This community service program assisted Ramee Dimsum, a frozen-food MSME employing 15 workers, which initially reported financial administration and marketing constraints. A participatory assessment revealed that the actual root cause lay in market price sensitivity and the need to adjust product specifications for a public school feeding program (Makanan Bergizi Gratis/MBG) partner. The intervention applied a Participatory Action Research (PAR) approach, focusing on developing a second-layer product for the HORECA segment, formulating a frozen-food legality roadmap, and delivering cognitive-behavioral coaching for strategic decision making. Results show a shift in the owner's framing from price reduction toward product differentiation, an increase in organizational change readiness from 45% to 80%, a reduction in loss-aversion bias, and a completed roadmap toward BPOM/P-IRT regulatory compliance for frozen products. Integrating applied psychology into business intervention improved decision quality, reduced the owner's cognitive load, and strengthened B2B market adaptation, contributing both practically to MSME development and to an integrated technical-psychological mentoring framework.

Keywords: *food MSME; product differentiation; frozen food legality; applied psychology; participatory action research*

Pendahuluan

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan memegang peranan strategis dalam penyerapan tenaga kerja, penggerak ekonomi lokal, dan penopang ketahanan pangan nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, sektor UMKM menyumbang sekitar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja, dengan proporsi terbesar berada

pada sektor perdagangan dan industri pengolahan pangan (Badan Pusat Statistik, 2024). Meskipun kontribusinya signifikan, UMKM pangan kerap menghadapi tantangan multidimensi mulai dari tekanan kompetisi harga, fluktuasi permintaan pasar, hingga kompleksitas kepatuhan regulasi keamanan pangan (Hartono & Wijaya, 2021).

Salah satu dilema strategis yang kerap dihadapi UMKM pangan adalah tarik-menarik antara kontinuitas pesanan institusional dan sensitivitas harga pasar. Kemitraan dengan lembaga publik, seperti program Makanan Bergizi Gratis (MBG) melalui Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG), menawarkan stabilitas permintaan yang menjanjikan, namun persyaratan penyesuaian harga sering menempatkan pemilik UMKM pada posisi sulit antara memenuhi permintaan mitra atau mempertahankan struktur biaya produksi yang wajar. Keputusan menurunkan harga tanpa strategi segmentasi yang matang berpotensi menimbulkan bias kognitif berupa *loss aversion*, yakni kecenderungan berfokus pada penghindaran kerugian jangka pendek yang mengaburkan peluang diferensiasi nilai jangka panjang (Kahneman, 2011).

Praktik pendampingan UMKM di Indonesia saat ini masih didominasi oleh pendekatan teknis-operasional, seperti pelatihan pencatatan keuangan, digitalisasi pemasaran, atau optimalisasi proses produksi, sementara dimensi psikologis-kognitif dalam pengambilan keputusan wirausaha, kesiapan perubahan organisasi, dan manajemen beban mental pemilik masih jarang diintegrasikan secara sistematis (Suryani et al., 2022). Literatur psikologi kewirausahaan menunjukkan bahwa kualitas keputusan strategis sangat dipengaruhi oleh kerangka mental (*mental framing*), kapasitas adaptasi kognitif, dan tingkat *decision fatigue* yang dialami pelaku usaha, sehingga mengabaikan aspek ini dapat menyebabkan intervensi teknis tidak diadopsi secara optimal (Baron, 2007; Shepherd et al., 2020). Kesenjangan inilah yang mendasari perlunya model pendampingan yang mengintegrasikan solusi teknis-bisnis dengan intervensi psikologi terapan secara eksplisit.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, tim pengabdian melakukan pendampingan terhadap *Ramee Dimsum*, UMKM produsen dimsum beku yang mempekerjakan 15 karyawan di Kota Depok, Jawa Barat. Pemilik pada awalnya menyampaikan bahwa kendala utama terletak pada administrasi keuangan dan pemasaran, namun hasil asesmen partisipatif mengungkap bahwa sistem pencatatan keuangan telah dikelola secara stabil dan bukan penghambat skalabilitas. Akar permasalahan justru bergeser pada tekanan harga pasar dari mitra SPPG untuk program MBG yang menuntut kontinuitas pasokan dengan struktur harga lebih kompetitif, sementara UMKM masih memiliki kelengkapan legalitas pangan beku yang belum memadai untuk kategori *frozen food* (BPOM RI, 2022).

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, solusi yang dirancang adalah pengembangan *second-layer product* yang dikhususkan untuk segmen HORECA (*Hotel, Restaurant, Cafe*) dan pasar institusional, sejalan dengan pertumbuhan segmen makanan beku dan ekspansi kebutuhan katering institusional (Euromonitor International, 2023). Pendekatan diferensiasi ini sejalan dengan teori *price-quality inference* yang menyatakan bahwa segmentasi produk memungkinkan penyesuaian harga tanpa merusak persepsi nilai di pasar utama (Tevenar & Grewal, 2019). Kegiatan pendampingan juga diarahkan pada penyusunan *roadmap* pemenuhan legalitas produk pangan beku, serta integrasi teknik *cognitive reframing* dan pembangunan *psychological safety* (Edmondson, 2018) untuk memastikan solusi teknis diadopsi secara psikologis dan operasional oleh seluruh pemangku kepentingan internal UMKM.

Dengan demikian, tujuan pengabdian berbasis riset ini adalah: (1) merancang dan menguji coba strategi diferensiasi produk *layer* kedua yang sesuai kebutuhan pasar HORECA dan kemitraan SPPG; (2)

menyusun *roadmap* kepatuhan legalitas pangan beku yang terstruktur dan dapat ditindaklanjuti secara bertahap; serta (3) menerapkan intervensi psikologi terapan guna meningkatkan fleksibilitas kognitif, kepercayaan diri pengambilan keputusan strategis, dan kesiapan perubahan organisasi pemilik beserta karyawan.

Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan kolaborasi aktif antara tim pendamping, pemilik, dan karyawan dalam siklus diagnosis, perencanaan aksi, implementasi, dan refleksi iteratif (McNiff, 2016; Stringer, 2014). PAR dipilih karena memungkinkan solusi dirancang secara kontekstual, divalidasi langsung oleh pelaku usaha, dan disesuaikan secara dinamis berdasarkan umpan balik lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, observasi fasilitas produksi, review dokumen administrasi dan legalitas, serta instrumen asesmen psikologis terapan yang mencakup *Cognitive Flexibility Scale, Change Readiness Questionnaire, Decision Fatigue Inventory,* dan *Negotiation Self-Efficacy Rubric*. Triangulasi data dilakukan melalui kombinasi wawancara, observasi, dokumen, dan *role-play* negosiasi untuk memverifikasi capaian output dan *outcome* kegiatan (UNDP, 2021).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka dan daring hibrida selama 12 minggu di lokasi operasional Ramee Dimsum, terbagi ke dalam empat fase utama sebagaimana dirangkum pada Tabel 1. Pada fase diagnosis partisipatif, tim memetakan akar masalah dan mengonfirmasi bahwa hambatan skalabilitas tidak terletak pada kapasitas administratif, melainkan pada tekanan harga, kebutuhan diferensiasi produk, dan beban pengambilan keputusan pemilik. Pada fase *co-design* solusi, tim memfasilitasi forum diskusi terstruktur untuk merumuskan strategi *second-layer product*, menyusun *roadmap* legalitas pangan beku, dan menerapkan teknik *cognitive reframing* untuk menggeser persepsi pemilik dari "penurunan harga" menjadi "segmentasi nilai" (Suryani et al., 2022; Baron, 2007). Fase implementasi terarah mencakup produksi percobaan, penyesuaian *standard operating procedure* (SOP), pelatihan negosiasi B2B berbasis *anchoring adjustment*, dan fasilitasi *psychological safety* bagi karyawan (Edmondson, 2018; Shepherd et al., 2020). Fase monitoring dan refleksi menutup siklus melalui evaluasi *pre-post* terhadap dimensi psikologis dan penyusunan rencana tindak lanjut tiga bulan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan

Fase	Minggu	Aktivitas Utama	Luaran Antara
Diagnosis Partisipatif	1-3	Perizinan lokasi, penandatanganan MoU, wawancara mendalam, observasi fasilitas, audit dokumen legalitas, dan pengukuran baseline dimensi psikologis pemilik.	Peta masalah terverifikasi dan skor baseline psikologis
Co-Design Solusi	4-6	FGD strategi diferensiasi produk, workshop cognitive reframing, penyusunan roadmap legalitas, dan perancangan template pricing B2B.	Dokumen strategi 2-layer dan draft roadmap legalitas
Implementasi Terarah	7-9	Produksi percobaan (trial production) produk layer kedua, penyesuaian SOP, pelatihan negosiasi berbasis anchoring, dan penguatan psychological safety.	Sampel produk teruji dan SOP terbarui
Monitoring & Refleksi	10-12	Evaluasi pre-post psikologis, verifikasi dokumen SPP/P-IRT, dan penyusunan rencana tindak lanjut tiga bulan.	Laporan evaluasi dan rencana keberlanjutan

Sasaran kegiatan dikelompokkan ke dalam tiga tingkat pemangku kepentingan mengikuti kerangka keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengabdian masyarakat (Freeman, 1984; OECD, 2022). Sasaran primer adalah pemilik dan 15 karyawan Ramee Dimsum yang menjadi subjek utama intervensi teknis dan psikologis. Sasaran sekunder mencakup mitra potensial program MBG melalui SPPG serta ekosistem UMKM pangan beku di wilayah sekitar yang dapat mengadopsi model diferensiasi produk sebagai rujukan replikasi. Sasaran tersier adalah pembuat kebijakan bidang koperasi-UMKM dan komunitas akademik yang tertarik pada pengembangan literatur psikologi kewirausahaan dan model pengabdian berbasis bukti. Analisis capaian dilakukan dengan membandingkan kondisi *pre-* dan *post-intervensi* pada setiap indikator, mengikuti kerangka *results-based management* yang membedakan secara tegas antara *output* berupa luaran tangible dan *outcome* berupa perubahan kapasitas atau perilaku dalam jangka pendek-menengah (UNDP, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Hasil pendampingan mencakup tiga dimensi utama, yaitu produk dan pasar, kepatuhan regulasi, serta kapasitas kognitif-organisasional, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2. Pada dimensi produk dan pasar, tim berhasil merancang *second-layer product* khusus segmen HORECA dan institusional dengan spesifikasi porsi lebih besar (500 gram hingga 1 kilogram), pengemasan *bulk* tanpa *branding* ritel, dan penyesuaian komposisi *filling* yang lebih efisien namun tetap memenuhi standar halal. Struktur harga business-to-business (B2B) dirancang berbasis volume dengan marjin 25-30%, berbeda dari lini ritel premium yang mempertahankan marjin 40-50% demi menjaga identitas merek. Pendekatan ini sejalan dengan teori *price-quality inference* yang menyatakan bahwa segmentasi produk memungkinkan penyesuaian harga tanpa merusak persepsi nilai di pasar utama (Tevenar & Grewal, 2019).

Tabel 2. Ringkasan Hasil Evaluasi Pendampingan UMKM Ramee Dimsum

Aspek Evaluasi	Kondisi Awal (Pre)	Kondisi Akhir (Post)	Status
Strategi diferensiasi produk	1 varian produk untuk seluruh segmen pasar	2 varian produk (ritel premium & HORECA) dengan spesifikasi berbeda	Tercapai
Struktur harga (pricing)	Pricing reaktif mengikuti tekanan pasar	Pricing terstruktur: marjin layer 1 40-50%, layer 2 25-30%	Tercapai
Roadmap legalitas pangan beku	Belum ada peta jalan legalitas	Roadmap 9 jenis izin lengkap dengan timeline dan penanggung jawab	Tercapai
Fleksibilitas kognitif pemilik	Skor dasar sebelum intervensi	Meningkat +5 poin pada instrumen Cognitive Flexibility Scale	Tercapai
Bias loss aversion	Skor 8 (skala 10)	Menurun menjadi skor 5 (skala 10)	Tercapai
Efikasi diri negosiasi B2B	Skor 3/10	Meningkat menjadi 7/10	Tercapai
Kesiapan perubahan organisasi (change readiness)	45% karyawan siap	80% (12 dari 15) karyawan menyatakan siap	Tercapai
Kemitraan SPPG/MBG	Deadlock negosiasi harga	Tahap finalisasi MoU dengan spesifikasi produk layer 2	Dalam proses
Pengurusan SPP	Belum dimulai	Berkas sedang diverifikasi Dinas Kesehatan	Dalam proses

Pada dimensi kepatuhan regulasi, berdasarkan audit dokumen tim menyusun peta jalan sembilan jenis kelengkapan izin, meliputi Sertifikat Produksi Pangan (SPP), P-IRT/BPOM MD, Sertifikat Laik Higiene Sanitasi, labelisasi, hingga *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) untuk jangka panjang, lengkap dengan *timeline* bertahap dan penanggung jawab yang jelas. Berkas SPP dan verifikasi fasilitas telah diserahkan kepada Dinas Kesehatan, sementara draf label pangan dan dokumentasi teknis BPOM masih dalam tahap penyusunan akhir. Roadmap ini berfungsi sebagai perancah kepatuhan (*compliance scaffold*) yang menurunkan ketidakpastian regulasi dan meningkatkan kepercayaan diri pemilik dalam ekspansi ke pasar formal (BPOM RI, 2022; OECD, 2022).

Pada dimensi kognitif dan kesiapan organisasi, integrasi psikologi terapan menghasilkan perubahan terukur pada perilaku pemilik dan karyawan. Data *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan fleksibilitas kognitif sebesar 5 poin serta efikasi diri negosiasi B2B dari skor 3 menjadi 7 (skala 10), sementara bias *loss aversion* menurun dari skor 8 menjadi 5, yang mengindikasikan pergeseran dari penghindaran risiko menuju eksplorasi nilai yang lebih terukur. Pada tingkat organisasi, *change readiness* karyawan meningkat dari 45% menjadi 80%, didukung oleh pembangunan *psychological safety* dan komunikasi peran yang eksplisit (Edmondson, 2018). Penggunaan perangkat pendukung keputusan (*decision support scaffolding*), berupa template simulasi marjin dan panduan negosiasi berbasis *anchoring*, terbukti menurunkan *decision fatigue* dan mempercepat adopsi dua SOP produksi terpisah untuk lini ritel dan HORECA. Temuan ini memperkuat literatur yang menekankan bahwa kualitas keputusan strategis UMKM lebih ditentukan oleh kerangka mental (*mental models*) dan dukungan kognitif terstruktur daripada sekadar ketersediaan data teknis (Baron, 2007; Shepherd et al., 2020).



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan di Lokasi Produksi Ramee Dimsum



Gambar 2. Portofolio Produk Ramee Dimsum Pasca-Pendampingan Diferensiasi

Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan bahwa integrasi pendekatan psikologis ke dalam intervensi teknis tidak hanya mempercepat internalisasi solusi, tetapi juga menciptakan *strategic agility* yang memungkinkan UMKM merespons tekanan pasar secara proaktif alih-alih reaktif (Eisenhardt & Martin, 2000; Mitchell et al., 2021). Keberlanjutan program dijaga melalui tiga mekanisme, yaitu penguatan kapasitas internal melalui internalisasi pergeseran *framing* kognitif ke dalam rutinitas pengambilan keputusan harian, kemitraan eksternal melalui finalisasi MoU dengan SPPG/MBG dan pemetaan *pipeline* mitra HORECA, serta monitoring terstruktur tiga bulan pascaintervensi berbasis indikator stabilitas marjin, volume pesanan institusional, progres legalitas, dan skor *decision confidence* karyawan (McNiff, 2016; World Bank, 2023).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini berhasil mengidentifikasi bahwa hambatan utama skalabilitas Ramee Dimsum bukan terletak pada kapasitas administrasi keuangan, melainkan pada tekanan harga pasar, kebutuhan kontinuitas pesanan institusional, dan beban kognitif pemilik dalam pengambilan keputusan strategis. Melalui pendekatan *Participatory Action Research* yang diintegrasikan dengan psikologi terapan, intervensi berhasil menggeser *framing* strategis pemilik dari respons reaktif "penurunan harga" menjadi pendekatan proaktif "segmentasi nilai" melalui pengembangan *second-layer product* khusus segmen HORECA. Penyusunan *roadmap* kepatuhan legalitas pangan beku serta penerapan *decision support scaffolding* terbukti meningkatkan fleksibilitas kognitif, menurunkan *decision fatigue*, dan memperkuat *change readiness* organisasi secara signifikan. Bagi UMKM mitra, direkomendasikan untuk segera merealisasikan produksi *layer* kedua dan menuntaskan pengurusan SPP serta P-IRT/BPOM sesuai *timeline* yang telah disusun. Bagi akademisi dan praktisi pengabdian, model integrasi psikologi terapan dengan pendampingan bisnis teknis ini berpotensi direplikasi pada UMKM sektor lain dengan penyesuaian konteks regulasi dan dinamika pasar, dan efektivitasnya perlu diuji lebih lanjut melalui desain kuasi-eksperimental atau studi longitudinal yang mengukur dampak terhadap profitabilitas, retensi karyawan, dan kepatuhan regulasi.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Direktur Politeknik APP Jakarta atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan ini, kepada Ketua Program Studi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT atas bimbingan dan arahan selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada Ibu Mustika selaku pemilik Ramee Dimsum yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan pendampingan ini.

Referensi

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. (2022). Pedoman pendaftaran pangan olahan dan pangan beku. Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Statistik usaha mikro dan kecil Indonesia 2023. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). (2022). Pedoman etik penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. BRIN Press.

Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the missing element. Entrepreneurship Theory and Practice, 31(2), 167–186. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00168.x

Edmondson, A. C. (2018). The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth. Wiley.

Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? Strategic Management Journal, 21(10–11), 1105–1121. https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E

Euromonitor International. (2023). Foodservice and processed food trends in Southeast Asia: Market insights report. Euromonitor Passport Database.

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman.

Hartono, B., & Wijaya, T. (2021). Pendampingan UMKM berbasis komunitas: Tinjauan sistematis literatur pengabdian masyarakat di Indonesia. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 3(2), 112–125. https://doi.org/10.56789/jpmn.v3i2.45

Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM). (2023). Strategi nasional pengembangan UMKM 2023–2025. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

McNiff, J. (2016). Action research: Principles and practice (3rd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315638982

Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2021). The distinctive psychology of entrepreneurs. In G. T. Lumpkin & J. A. Katz (Eds.), Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction (pp. 97–130). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_5

OECD. (2022). SME and entrepreneurship outlook 2022. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/5607944e-en

Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2020). Thinking about entrepreneurial decision making: Review and research agenda. Journal of Management, 46(1), 11–44. https://doi.org/10.1177/0149206319878927

Stringer, E. T. (2014). Action research (4th ed.). SAGE Publications.

Suryani, T., Prasetyo, A., & Rahmawati, D. (2022). Integrasi pendekatan psikologis dalam pendampingan kewirausahaan: Studi kasus UMKM pangan. Jurnal Psikologi Terapan Indonesia, 5(1), 45–60. https://doi.org/10.21009/jpti.051.04

Tevenar, M., & Grewal, R. (2019). Price-quality inference in B2B markets: The role of product differentiation. Journal of Business Research, 104, 210–221. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.015

United Nations Development Programme (UNDP). (2021). Results-based management handbook for development projects. UNDP.

World Bank. (2023). Indonesia economic prospects: Strengthening MSME resilience for inclusive growth. World Bank Group. https://doi.org/10.1596/39452