

**PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DAYA SAING
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

Budiarto

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta.

Jl. SWK 104 (Lingkar Utara) Condong Catur Yogyakarta

HP.08122758771. E-mail: budiarto_yk@yahoo.com

ABSTRACT

In today's global economy of micro, small and medium enterprises (UMKM) are required to make changes to improve its competitiveness. Development of UMKM in Indonesia are many problems, among others: market access and marketing issues caused product development and quality of human resources (business factors) as well as non-bankable business. One key to the success of micro, small and medium enterprises is the availability of a clear market for the products of UMKM. While it's fundamental weaknesses facing UMKM in the field of marketing is a low market orientation, weak in the complex of competition and insufficient marketing infrastructure. Faced with an increasingly open market mechanisms and competitive, market control is a prerequisite to improve competitiveness. This paper aims to examine the alternative of an additional program in order to improve competitiveness and business development through the promotion of UMKM, access to factors of production information, conduct business transactions, and conduct other business communications globally, in order to improve competitiveness and expand its business network.

Key words: Micro, Small and Medium Enterprises, competitiveness, market access, development program.

I. Pendahuluan

Kegagalan pola pembangunan ekonomi yang bertumpu pada konglomerasi usaha besar telah mendorong para perencana ekonomi untuk mengalihkan upaya pembangunan dengan bertumpu pada pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisor

pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi (www.ktin.org.id). Secara riil UMKM atau sering disebut UKM (Usaha Kecil Menengah) juga sebagai sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, terbukti telah menyumbangkan sebesar Rp 1.013,5 triliun atau 56,7% dari PDB Indonesia (www.depkop.go.id). Selain itu, UMKM juga mampu menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu dalam mengurangi jumlah pengangguran.

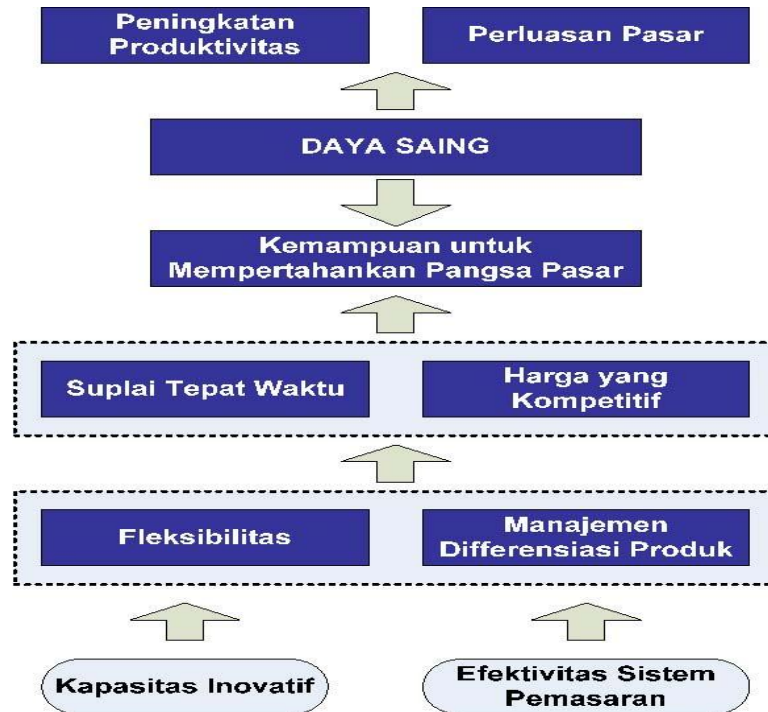
Namun dalam perkembangannya, UMKM memiliki keterbatasan dalam berbagai hal, diantaranya keterbatasan mengakses informasi pasar, keterbatasan jangkauan pasar, keterbatasan jejaring kerja, dan keterbatasan mengakses lokasi usaha yang strategis. Untuk itu diperlukan upaya untuk meningkatkan akses UMKM pada informasi pasar, lokasi usaha dan jejaring usaha agar produktivitas dan daya saingnya meningkat. Maka dari itu menuntut adanya peran dan partisipasi berbagai pihak terutama pemerintah daerah dan kalangan perguruan tinggi untuk membantu dan memfasilitasi akses informasi bagi para UMKM yang sebagian besar berada di daerah pedesaan atau kota-kota kecil.

Sebagai upaya mengatasi masalah yang dihadapi UMKM, melalui tulisan ini penulis mengkaji tentang alternatif program tambahan dalam rangka meningkatkan daya saing dan pengembangannya melalui promosi usaha UMKM, mengakses informasi faktor-faktor produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka meningkatkan daya saing dan memperluas jaringan usahanya.

II. Konsep Daya Saing

Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Kemampuan ini sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Secara berjenjang, suplai tepat waktu dan harga yang kompetitif dipengaruhi oleh dua faktor penting. Begitu pula halnya dengan fleksibilitas dan differensiasi produk dapat dicapai sepanjang adanya kemampuan untuk melakukan inovasi dan adanya efektivitas dalam sistem pemasaran. Korelasi antara faktor-faktor tersebut di atas disajikan pada gambar 1.

Di samping itu, berdasarkan gambar 1, daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan dan memperluas akses pasar. Hal ini akan bermuara kepada peningkatan omzet penjualan dan profitabilitas perusahaan. Begitu pula halnya dengan fleksibilitas dan differensiasi produk dapat dicapai sepanjang adanya kemampuan untuk melakukan inovasi dan adanya efektivitas dalam sistem pemasaran.



Gambar 1. Konsep Daya Saing
Sumber : Rahmana . 2010

III. Program Pengembangan Daya Saing - UMKM

Program Pengembangan UMKM kaitannya pada peningkatan eksistensi dan peran masing-masing lembaga pembina UMKM dalam rangka mendukung peningkatan daya saing, antara lain :

1. Peningkatan Peran Lembaga Pemasaran

Pendampingan dan pelatihan usaha dan sumberdaya UMKM, tidak hanya terfokus pada bidang produksi tetapi lebih ditingkatkan pada pasar yang akan dituju (*marketing*). Dengan kata lain meningkatkan peran dan fungsi lembaga pemasaran, sehingga penggunaan teknologi baru yang memberikan peningkatan dan inovasi produk baru tetap tidak dapat diserap oleh pasar melalui *channel* yang telah ada. Mayoritas produk yang dihasilkan oleh UMKM adalah barang *inferior*, sehingga akan sangat sulit diserap oleh perkembangan pasar. Mungkin bisa dipikirkan untuk merubah kemasan ataupun menjadikan bentuk produk UMKM lebih bergengsi dan dijual tidak dengan harga murah sehingga akan lebih terlihat berkualitas.

Pemberian proteksi kepada UMKM untuk masuk pasar. Hasil pendampingan teknis dan keuangan yang diberikan akan terlihat setelah produsen sadar dan paham tentang eksistensi dan yakin akan adanya akses/jaringan ke perdagangan yang lebih baik. Dalam hal ini peran pemerintah sangat diperlukan. Untuk sebuah UMKM yang memiliki keterbatasan permodalan dan SDM, maka sangatlah susah untuk mereka bisa masuk ke pasar tanpa proteksi dari pemerintah. Mereka tidak akan mampu berkompetisi dengan perusahaan besar yang notabene memiliki kekuatan yang jauh lebih besar. Apalagi bila UMKM ini merupakan *new comer* tidak akan mampu berkompetisi dengan perusahaan besar yang sudah *exist*. Bila proteksi tidak diberlakukan, maka bukannya tidak mungkin akan ada kegagalan dari UMKM tersebut untuk masuk pasar (*no entry*)

2. Peningkatan Peran Lembaga Teknis

Perlu dikembangkan *cost-effective strategy* yang menstimulasi dan mengembangkan sentra-sentra industri/UMKM, yang mengarah pada akses produsen ke pasar (berkunjung ke konsumen/pembeli, menjual dengan sistem *retail* atau *wholesale, market and fairs*), dianggap sangat berguna untuk membangun jaringan perdagangan baru yang menjadi tempat penjualan produk baru. Pemikiran untuk melakukan inovasi marketing seharusnya mulai dilakukan mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM tidak hanya pada akses ke lembaga kredit formal, namun lebih pada akses ke pasar.

Eksistensi lembaga yang mengkoordinasikan upaya pemberdayaan UMKM. Salah satu usaha yang dipandang efektif untuk memberdayakan UMKM adalah dengan cara koordinasi atau sinergi antar lembaga /instansi, baik lembaga teknis, lembaga keuangan, maupun lembaga pemasaran, agar memudahkan bagi UMKM untuk segera memperoleh bantuan. UMKM tidak perlu mencari bantuan dari satu bank ke bank lain ataupun dari satu BUMN ke BUMN lain tetapi cukup datang ke satu tempat, maka seluruh bantuan yang dibutuhkan ada di sana (*one stop service*). Tetapi ini semua membutuhkan komitmen dan keterlibatan dari semua lembaga /instansi untuk berkoordinasi/bersinergi dengan satu tujuan menjadikan UMKM sebagai penopang perekonomian di Indonesia. BI sebenarnya telah sangat berpengalaman dalam pengembangan UMKM ini. Namun demikian, BI secara sendirian jelas tidak memungkinkan, karena persoalan yang dihadapi UMKM tidak terbatas hanya pada aspek pembiayaan yang menjadi kompetensi BI, namun juga soal kemampuan SDM, teknologi, pemasaran, dan aspek kualitas produk. Untuk inilah perlu dibentuk satu lembaga yang menetapkan strategi pengembangan UMKM melalui koordinasi yang terpadu antar departemen pemerintahan, minimal dapat dicari bentuk-bentuk koordinasi atau sinergi sebagai mekanisme penyaluran bantuan agar pemberdayaan UMKM maksimal

Pemerintah harus mengkaji ulang kriteria UKM, di mana kriteria UKM dapat dibuat berdasarkan batasan-batasan *asset* yang dimilikinya, tingkat penjualannya, atau jumlah tenaga kerja yang dimilikinya. Pemerintah juga harus menstandarisasi kriteria UKM ini bagi seluruh perbankan. Dengan demikian, dapat dihindari adanya dualisme kriteria UKM seperti yang terjadi sekarang, yaitu masing-masing bank menentukan kriteria UKM sendiri berdasarkan jumlah kredit yang diberikan, sementara pemerintah mempunyai kriteria UKM dengan pendekatan yang lain

3. Peningkatan Peran Lembaga Keuangan

Kebijakan kredit yang diberlakukan hendaknya disertai dengan langkah kongkrit bukan hanya himbuan semata, sehingga ada *support* nyata dari lembaga ini. Sebagai bahan pembandingan yang dilakukan oleh negara Malaysia. Ada lima hal yang dilakukan Bank Negara Malaysia (BNM) dalam pengembangan UMKM, yakni (a) penyediaan dana khusus, (b) bantuan kolateral, (c) kebijakan perkreditan UMKM, (d) penyediaan lembaga penunjang, dan (e) restrukturisasi kredit UMKM.

Follow up masing-masing program ini adalah:

- a. BNM menyediakan lima jenis dana khusus untuk UMKM, di mana setelah berjalan sekitar enam bulan, jumlah kredit yang telah disetujui mencapai 6.576 juta ringgit Malaysia (RM) dengan outstanding sebesar 3.884 juta ringgit dengan jumlah nasabah sebanyak 16.574 orang
- b. Untuk membantu UMKM yang tidak memiliki kolateral (agunan) atau agunannya tidak mencukupi, BNM mendirikan sebuah badan usaha pemerintah yaitu Credit Guarantee Corporation (CGC) dengan dana yang dialokasikan pemerintah senilai 800 juta ringgit. CGC ini akan menjamin hingga 80 persen terhadap nilai pinjaman baru UMKM yang tak beragunan.
- c. BNM mengeluarkan kebijakan perkreditan agar perbankan di sana bersedia mengucurkan kredit kepada UMKM. Kebijakan ini tidak hanya bersifat imbauan, juga disertai langkah yang diperlukan sehingga perbankan tidak setengah hati di dalam menyalurkan kredit kepada UMKM.
- d. Lembaga penunjang yang dibentuk BNM (Bank Negara Malaysia), yang merupakan bank sentral Malaysia, untuk pengembangan UMKM adalah *complaint unit*. Unit ini dimaksudkan untuk menampung berbagai keluhan yang dihadapi UMKM dengan tujuan agar dapat diselesaikan seketika. Di dalam mekanisme kerja *complaint unit* ini juga ditegaskan bahwa setiap bank komersial yang menolak sebuah pengajuan kredit oleh UMKM harus menjelaskan alasan penolakannya. Praktik ini sebenarnya belum begitu lazim ditemukan di Indonesia, sehingga tidak aneh apabila UMKM selalu mempunyai persepsi bahwa perbankan kita masih sangat birokratis, arogan, dan prosedur kredit yang harus ditempuh UMKM merupakan sebuah "rimba gelap" yang sulit untuk ditembus

e. Restrukturisasi NPL. Sebagaimana diketahui bahwa praktik umum di seluruh negara adalah bahwa apabila seorang debitor memiliki NPL, akan sulit baginya untuk memperoleh pinjaman baru dari sistem perbankan karena adanya daftar kredit macet yang dikeluarkan oleh bank sentral yang dapat diakses oleh seluruh bank. Merupakan suatu pelanggaran apabila sebuah bank memberikan kredit baru untuk seorang debitor yang telah memiliki NPL pada bank sebelumnya. Padahal belum tentu macetnya kredit UMKM disebabkan oleh adanya itikad tidak baik dari debitor, namun mungkin lebih banyak diakibatkan oleh siklus bisnis yang naik-turun. Untuk mengatasi kendala tersebut BNM menawarkan program restrukturisasi kredit untuk UMKM. Terhadap NPL UMKM yang telah direstrukturisasi langsung dianggap sebagai kredit lancar sehingga debitor dapat segera mengajukan pinjaman baru dan perbankan tidak akan lagi dipermasalahkan oleh BNM. Namun NPLs kebijakan terobosan untuk pengembangan UMKM, yaitu (1) meningkatkan batas penghasilan kena pajak sebesar 20 persen, dari 100 ribu ringgit menjadi 500 ribu ringgit, (2) mengalokasikan dana tambahan sebesar 1 juta ringgit untuk kredit mikro, dan (3) membentuk dewan tingkat tinggi untuk pengembangan UMKM (*High Level SME Council*) yang langsung dipimpin langsung oleh Perdana Menteri (Retnadi.2004)

Jika dilihat berbagai program yang telah dilaksanakan BI maupun pemerintah Indonesia, tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan BNM dan Pemerintah Malaysia. Belajar dari pengalaman Malaysia, maka BI perlu mengeluarkan kebijakan perkreditan agar perbankan bersedia mengucurkan kredit kepada UMKM. Kebijakan ini tidak hanya bersifat imbauan, juga disertai langkah yang diperlukan sehingga perbankan tidak setengah hati di dalam menyalurkan kredit kepada UMKM. Yang menarik adalah, ternyata Malaysia mengambil pelajaran dari pengalaman yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia.

Meskipun program yang diajukan BI dan pemerintah cukup lengkap, namun ada hal penting yang belum dilaksanakan oleh pemerintah kita dalam pengembangan UMKM, yaitu keberpihakan yang sungguh-sungguh. Jika keberpihakan ini memang sungguh-sungguh maka koordinasi antar departemen dalam pengembangan UMKM harus merupakan gerakan nasional yang seyogianya dipimpin langsung Presiden sebagaimana yang dilakukan Pemerintah Malaysia. Jika tidak, berbagai keluhan dan hambatan UMKM di seluruh pelosok Tanah Air akan tetap berjalan seperti saat ini. UMKM akan tetap "manis" sebagai daya tarik politik namun kehidupannya tetap akan merana. (Setyari.2010)

IV. Penutup

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian negara sangat penting dan strategis, karena telah terbukti menjadi penyelamat perekonomian pasca krisis dan menjadi penyedia lapangan kerja terbesar.

Tersedianya lapangan kerja dan meningkatnya pendapatan diharapkan akan membantu mewujudkan masyarakat Indonesia yang aman dan damai; adil dan demokratis; serta sejahtera. Sehingga sektor UMKM perlu menjadi fokus pembangunan ekonomi nasional masa mendatang.

Kemudahan dan ketersediaan informasi pasar bagi UMKM akan sangat membantu mengembangkan usahanya maka UMKM tidak hanya berfokus pada produksi tetapi perlu diimbangi dengan program lebih fokus dalam pemasaran. Pengalaman negara Malaysia telah membuktikan bahwa melalui kebijakan kredit melalui (a) penyediaan dana khusus, (b) bantuan kolateral, (c) kebijakan perkreditan UMKM, (d) penyediaan lembaga penunjang, dan (e) restrukturisasi kredit UMKM. perusahaan kecil dan menengah dapat menjadi perusahaan besar kelas dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusworo. D. 2002 *Dana Segar Rp 27,5 Trilyun untuk Usaha Mikro dan UKM – Untuk Perangi Kemiskinan*. www.kompas.com
- Mulyati.S dan Tri Subari. 2004 *Kebijakan dan Strategi Pengembangan Bank Indonesia Dalam Mendukung Pelayanan Keuangan yang Berkelanjutan Bagi UMKM..* www.bi.go.id
- Prawirokusumo, S. 2001, *Ekonomi Rakyat: Konsep, Kebijakan, dan Strategi*, BPFE, Yogyakarta.
- Rahmana, A . 2009. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* . Makalah Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 20 Juni 2009. Yogyakarta
- Retnadi. D. 2004 *Kebijakan UMKM di Malaysia..* www.kompas.com
- Robinson.MS. 2002. *The Micro Finance Revolution. Vol. 2. Lesson From Indonesia*. Communication Development Incorporated-World Bank
- Setyari. NPW. 2010. *Dinamika Pengembangan UMKM di Indonesia*.www.ejournal.unud.ac.id/.
- Tambunan, T. 2005, “*Promoting Small and Medium Enterprises with a Clustering Approach: Analysis of Cases*”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, No,4, pp. 43-65

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
CALL FOR PAPER

Membangun dan Meningkatkan
Daya Saing Nasional Di Era
Keterbukaan Ekonomi



YOGYAKARTA, 16-18 NOVEMBER 2011

Buku 1

Diterbitkan Oleh :
FAKULTAS EKONOMI UPN "VETERAN" YOGYAKARTA

ISBN NO. 978-602-9374-15-5

- Tema** Membangun dan Meningkatkan Daya Saing Nasional di Era Kerterbukaan Ekonomi
- Penyelenggara** Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta
- Reviewer**
1. Prof. Dr. Didit Welly Udjianto, MS
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 2. Prof. Dr. Ni Luh Putu Wiagustini
(Udayana)
 3. Dr. Ir. Adi Djoko Guritno, M.Sc
(UGM)
 4. Dr. Sri Setyo Iriani, M.Si
(Unesa)
 5. Dr. Kristian Susilowati, MS
(Unibraw)
 6. Dr. Idayanti N, M.Si
(Unhas Makassar)
 7. Dr. Nurita Andriani, MM
(Univ. Trunojoyo)
 8. Dr. M. Irhas Effendi, MSM
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 9. Dr. Joko Susanto, M.Si
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 10. Dr. Yuni Istanto, MS
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 11. Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 12. Dr. Muafi, M.Si
(UPN "Veteran" Yogyakarta)
 13. Dr. Noto Pamungkas, MS
(UPN "Veteran" Yogyakarta)

x

PERAN PAJAK DALAM membangun dan mendorong peningkatan daya saing UMKM Rd. Tatan Jaka Tresnajaya & Aniek Juliarni	110
ANALISIS EKSPOR KOMODITI UNGGULAN SULAWESI SELATAN DALAM ERA LIBERALISASI PERDAGANGAN ANTAR NEGARA Abd Rahman Razak	129
Peranan Budaya Terhadap Peningkatan Daya Saing Pariwisata Propinsi Bali 1985-2010 I Ketut Nama	141
PENGARUH MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA INDUSTRI KECIL BATIK PENGARUH MARKET ORIENTATION TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA INDUSTRI KECIL BATIK Erwin Arie Perwoso & Budi Suprpto	155
STRATEGI MANUFAKTUR DAN KINERJA DALAM KONTEKS LINGKUNGAN PADA INDUSTRI DI SULAWESI SELATAN Maat Pono	162
KETIMPANGAN PENDAPATAN ANTAR KECAMATAN Studi Kasus Kotamadya Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 2004-2007 Jamzani Sodik	173
Energi Indonesia Sebagai Kekuatan Energi Dunia? : Sebuah Analisis Intertemporal Veny Anindya Puspitasari	193
DAYA SAING TENAGA KERJA INDONESIA DI ERA GLOBALISASI Astuti Rahayu	208
PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) Budiarto	218
PRODUKSI MINYAK BUMI DAN GAS ALAM INDONESIA DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI Sultan	225