

BAB IV

KEPENTINGAN PEMBERDAYAAN UMKM

A. UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing di ASEAN

Dalam rangka menuju AEC, masih banyak peluang UMKM untuk meraih pangsa pasar dan peluang investasi. Guna memanfaatkan peluang tersebut, maka tantangan yang terbesar bagi UMKM di Indonesia menghadapi Pasar Bebas Asean adalah bagaimana mampu menentukan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan. Saat ini, struktur ekspor produk UMKM Indonesia banyak berasal dari industri pengolahan seperti furniture, makanan dan minuman, pakaian jadi atau garmen, industri kayu dan rotan, hasil pertanian terutama perkebunan dan perikanan, sedangkan di sektor pertambangan masih sangat kecil (hanya yang berhubungan dengan yang batubatuan, tanah liat dan pasir). Secara rinci barang ekspor UMKM antara lain alat-alat rumah tangga, pakaian jadi atau garmen, batik, barang jadi lainnya dari kulit, kerajinan dari kayu, perhiasan emas atau perak, mainan anak, anyaman, barang dari rotan, pengolahan ikan, mebel, sepatu atau alas kaki kulit, arang kayu/tempurung, makanan ringan dan produk bordir. Sedangkan bahan baku produksi UMKM yang digunakan adalah bahan baku lokal sisanya dari impor seperti plastik, kulit dan beberapa zat kimia.

Beberapa kendala UMKM yang banyak dialami negara-negara berkembang termasuk Indonesia antara lain adalah masalah kurangnya bahan baku yang mesti harus diimpor dari negara lain untuk proses produksi. Disamping itu pemasaran barang, permodalan, ketersediaan energi, infrastruktur dan informasi juga merupakan permasalahan yang sering muncul kemudian, termasuk masalah-masalah non

fisik seperti tingginya inflasi, skill, aturan perburuhan dan lain sebagainya.

Untuk meningkatkan mutu UMKM, dari segi permodalan di bantu dengan danya skim kredit. Skim kredit yang sangat familiar di masyarakat adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang khusus diperuntukkan bagi UMKM dengan kategori usaha layak, namun tidak mempunyai agunan yang cukup dalam rangka persyaratan perbankan. KUR adalah Kredit atau pembiayaan kepada UMKM dan Koperasi yang tidak sedang menerima Kredit atau Pembiayaan dari Perbankan dan/atau yang tidak sedang menerima Kredit Program dari Pemerintah pada saat permohonan Kredit/Pembiayaan diajukan. Tujuan akhir diluncurkan Program KUR adalah meningkatkan perekonomian, pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.

KUR merupakan kredit yang diberikan oleh bank kepada UMKM dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi untuk usaha produktif yang feasible namun belum bankable. Tujuannya adalah tercapainya percepatan pengembangan sektor riil (terutama sektor pertanian, kehutanan, kelautan dan perikanan serta industri). Bank Indonesia (BI) mencatat penyaluran kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih sangat rendah di bawah 10% sejak Januari hingga Mei 2011.

Bank sentral terus mengarahkan bank untuk menggenjot kredit sektor produktif tersebut untuk mencegah ekonomi "overheating" alias kepanasan. BI membedakan kredit UMKM dan MKM karena bank saat ini tergolong masih banyak menyalurkan kredit MKM yang masih berbau konsumtif jika dibandingkan UMKM yang bersifat produktif. UMKM itu murni digunakan untuk usaha, berbeda dengan MKM yang konsumtif, BI kini mendorong bank untuk lebih menyalurkan ke UMKM Dengan diberlakukannya UU Nomor

23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 3 Tahun 2004, kebijakan Bank Indonesia dalam membantu pengembangan UMKM mengalami perubahan paradigma yang cukup mendasar karena BI tidak dapat lagi memberikan bantuan keuangan atau Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) sehingga peranan Bank Indonesia dalam pengembangan UMKM berubah menjadi tidak langsung. Pendekatan yang digunakan kepada UMKM bergeser dari development role menjadi promotional role. Pendekatan yang memberikan subsidi kredit dan bunga murah sudah bergeser kepada pendekatan yang lebih menitikberatkan pada kegiatan pelatihan kepada petugas bank, penelitian dan penyediaan informasi.

Untuk memberdayakan masyarakat golongan ekonomi lemah atau sektor usaha kecil adalah dengan menyediakan sumber pembiayaan usaha yang terjangkau. Salah satu strategi pembiayaan bagi golongan ini adalah usaha kredit mikro. Lembaga keuangan mikro merupakan institusi yang menyediakan jasa-jasa keuangan penduduk yang berpendapatan rendah dan termasuk dalam kelompok miskin. Lembaga keuangan mikro ini bersifat spesifik karena mempertemukan permintaan dana penduduk miskin atas ketersediaan dana. Bagi lembaga keuangan formal perbankan, penduduk miskin akan tidak dapat terlayani karena Kesuksesan pemberdayaan UMKM akan terwujud bila semua stakeholder berperan secara bersama-sama sesuai peran masing-masing. Baik regulator termasuk Pemerintah Daerah, para pelaku UMKM dan dunia perbankan yang dapat bekerja sesuai dengan tugas dan fungsinya, maka keberhasilan dan kemajuan UMKM akan cepat terlaksana. Sehingga pada akhirnya peningkatan penerimaan pajak dari sisi penggalan wajib pajak baru maupun nilai pajaknya akan terus meningkat. Pemerintah sebagai regulator, pada dasarnya telah banyak mengeluarkan program atau skim yang telah disediakan untuk

memberdayakan UMKM. Program ini hendaknya terus dioptimalisasikan.

Kemudian untuk segi pemasaran dapat melalui IT (*Information Technology*), yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global. Perusahaan yang awalnya kecil seperti toko buku Amazon, portal Yahoo, dan perusahaan lelang sederhana Ebay, ketiganya saat ini menjadi perusahaan raksasa hanya dalam waktu singkat karena memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas.

Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas. Disamping itu biaya transaksi juga bisa diturunkan, yang merupakan biaya-biaya yang timbul dari proses kegiatan bisnis. Biaya ini mencakup biaya komunikasi (baik di dalam organisasi dan dengan organisasi lain), pembelian asuransi, memperoleh informasi tentang produk dan layanan, sesuai dengan kontrak dan banyak lagi. Biaya dari semua ini berpotensi dapat dikurangi dengan sistem TI yang lebih baik.

Hal ini terutama berlaku dengan jaringan, yang dapat mengurangi biaya komunikasi antara bagian geografis terpisah dari organisasi, pemasok dan pelanggan. Hal positif yang

dapat diperoleh dengan memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan usaha adalah :

1. Dapat mempertinggi promosi produk dan layanan melalui kontak langsung, kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan,
2. Menciptakan satu saluran distribusi bagi produk yang ada,
3. Biaya pengiriman informasi ke pelanggan lebih hemat jika dibandingkan dengan paket atau jasa pos,
4. Waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik.

Oleh karena itu, agar UMKM di Indonesia dengan segala keterbatasannya dapat berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi, perlu dukungan berupa pelatihan dan penyediaan fasilitas. Tentu saja tanggungjawab terbesar untuk memberi pelatihan dan penyediaan fasilitas ini ada di tangan pemerintah, disamping pihak-pihak lain yang punya komitmen, khususnya kalangan perguruan tinggi. Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT ini perlu dibangun di setiap kabupaten atau jika mungkin di setiap kecamatan. Fasilitas tersebut berupa ruangan khusus dilengkapi dengan seperangkat komputer yang terkoneksi dengan internet, serta dilengkapi website UMKM masing-masing daerah, di bawah pengelolaan dan pembiayaan pemerintah daerah.

Pusat Pengembangan UMKM Berbasis IT perlu ditingkatkan di kabupaten atau kecamatan. Hal ini didasari pada kenyataan bahwa sebagian besar UMKM berlokasi di desa-desa dan kota-kota kecamatan, serta belum mampu untuk memiliki jaringan internet sendiri, apalagi memiliki websitenya. Padahal untuk pengembangan usaha dengan akses pasar global harus memanfaatkan media virtual. Pusat

Pengembangan UMKM Berbasis IT ini akan memudahkan UMKM dalam memperluas pasar baik di dalam negeri maupun pasar luar negeri dengan waktu dan biaya yang efisien. Sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat UMKM dan tenaga kerja yang terlibat di dalamnya akan meningkat, dan secara bersinergi akan berdampak positif terhadap keberhasilan pembangunan nasional. Pada dasarnya produk UKM Indonesia banyak memiliki kualitas sama dengan produk luar negeri, atau bahkan lebih baik lagi. Namun produk luar tersebut seringkali unggul dalam teknologi, baik dalam teknologi produksi, pengemasan maupun pemasarannya. Guna memenangkan persaingan, UMKM juga harus berkembang sesuai dengan perkembangan jaman. Pada dasarnya dengan bantuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat meningkatkan kinerja sehingga lebih efektif dan efisien. Jadi meskipun ada sedikit perbedaan cost dengan sistem tradisional, UMKM dapat menikmati fasilitas dari IT yang akan memberikan return yang sepadan.

Dengan IT UMKM akan lebih siap untuk bersaing tidak hanya di dalam negeri tetapi juga dengan produk-produk luar negeri. Kita dapat bersaing dari segi kualitas, pengemasan, dan kecepatan operasi perusahaan serta yang lebih penting lagi adalah dalam pemasaran produk UMKM.

B. UMKM guna Membuka Lapangan Pekerjaan dan Menghidupi Masyarakat

Salah satu strategi pemberdayaan sektor UMKM yaitu untuk meningkatkan harkat dan martabat serta mampu berperan dalam percaturan ekonomi nasional maupun internasional. Sebagai langkah awal, kita harus merubah profil pengusaha di Indonesia. Dimana sebelumnya pengusaha kecil menempati posisi paling bawah, sedangkan pengusaha besar menguasai sebagian kecil modal usaha. Hal ini dapat

mengganggu pembangunan ekonomi apabila di biarkan terus menerus.

Untuk kedepannya profil pengusaha harus di ubah, di mana mayoritas pengusaha adalah lapisan menengah. Hal ini akan mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin. Selain itu untuk dampak jangka panjangnya dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dari sebelumnya karena biasanya UMKM berifat padat karya. Tidak hanya itu, UMKM juga mempunyai kontribusi output dalam pembentukan dan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar.

Perkembangan UMKM dari tahun 2011–2015 mengalami peningkatan yang sangat besar dari segala tiap komponen usaha maupun jumlah keseluruhan usaha.

Tabel 4.1 Perkembangan UMKM dari tahun 2011-2014

Tahun 2011 - 2014 Keterangan	Satuan	Tahun			
		2011	2012	2013	2014
Unit Usaha	Unit	53.504.416	54.559.969	55.856.176	57.189.393
Usaha Mikro		568.397	602.195	629.418	654.222
Usaha Kecil		42.008	44.280	48.997	52.106
Usaha Menengah					
Tenaga kerja	Orang	91.729.284	94.957.797	99.859.517	104.624.466
Usaha Mikro		3.768.885	3.919.992	4.535.970	5.570.231
Usaha Kecil		2.740.644	2.844.669	3.262.023	3.949.385
Usaha Menengah					
PDB atas dasar harga berlaku	Rp. Milyar	2.011.544	2.579.388	2.951.120	3.326.564
Usaha Mikro		596.884	740.271	798.122	876.385
Usaha Kecil		803.146	1.002.170	1.120.325	1.237.057
Usaha Menengah					

Sumber : (www.depkop.go.id)

Berdasarkan data tabel perkembangan UMKM dari tahun 2011 – 2015 selalu mengalami kenaikan terutama pada segmen unit usaha dan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa, seperti yang telah dikemukakan pada pernyataan diatas, bahwa sektor UMKM, merupakan salah satu sektor yang dapat menampung lebih banyak tenaga kerja, ditengah terpuruknya kondisi perekonomian akibat bangkrutnya sektor korporasi.

Oleh karena itu, dengan semakin meningkatnya volume segmen tenaga kerja pada pelaku UMKM, tentunya peningkatan daya saing produk akan tetap terjaga, asalkan pemerintah sebagai pemilik otoritas dalam pengelolaan kebijakan yang terkait dengan pengelolaan UMKM, benar-benar serius memberikan pelatihan serta peningkatan kualitas SDM pada sektor UMKM. Untuk menghadapi persaingan pasar bebas asean, tentunya semua segmen harus mendapat perhatian dari pemerintah, namun yang perlu diperhatikan tentu yang terpenting adalah kualitas SDM dari pelaku UMKM, karena segmen ini merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu unit usaha dalam meningkatkan daya saing produk dalam menghadapi persaingan pasar bebas asean dari negara lain.

Sesuai dengan pilar utama yang tergas dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015, akan tercipta pasar tunggal di wilayah ASEAN. Pasar tunggal ini akan memunculkan aliran perdagangan barang, jasa, modal dan investasi secara bebas. Indonesia sebagai anggota ASEAN yang mempunyai jumlah penduduk yang paling banyak ini akan sangat berpotensi menjadi pasar yang kuat untuk perdagangan barang dan jasa yang dihasilkan oleh negara-negara ASEAN. Dengan strategi peningkatan daya saing sektor UMKM menjadi faktor kunci agar mampu menghadapi

kendala, tantangan dan memanfaatkan peluang dari implementasi *AEC* 2015.