

MEMETA POTENSI DAN KARAKTERISTIK UMKM BAGI PENUMBUHAN USAHA BARU

Drs. Neddy Rafinaldy, MS*

Latar Belakang

Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) periode 2004-2009 sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 07 tahun 2005, telah menetapkan arah kebijakan dan program pemberdayaan bagi Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sejalan dengan itu, peran koperasi dan UMKM dalam perekonomian Indonesia selama ini menunjukkan posisi strategisnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang ditandai dengan: (1) kedudukannya sebagai **pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor**, (2) **penyedia lapangan kerja terbesar**, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan **ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat**, (4) **pencipta pasar baru dan sumber inovasi**, serta (5) sumbangannya dalam **menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor**.

Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2005-2009 telah menetapkan sasaran menumbuhkan 6 (enam) juta unit usaha UMKM baru sampai tahun 2009. Dalam konteks pembangunan nasional, sasaran penumbuhan 6 juta unit usaha baru tersebut diharapkan akan menyerap sekitar 12 juta tenaga kerja (asumsi 1 unit usaha baru mempekerjakan 2 orang) dan meningkatkan daya dukung pertumbuhan

ekonomi nasional. Bandingkan dengan jumlah pengangguran terbuka 11 juta dan pengangguran $\frac{1}{2}$ terbuka yang mencapai 40 juta orang atau sekitar 37 % dari 107 juta angkatan kerja nasional. Pada gilirannya strategi pengembangan unit usaha baru ini dapat memberi sumbangan pada penciptaan lapangan kerja baru, pengurangan pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sejalan dengan upaya penumbuhan unit usaha baru tersebut, maka salah satu kebijakan dan aktivitas yang telah diprogramkan adalah memetakan potensi dan kebutuhan jenis usaha yang potensial di setiap Kabupaten/Kota di Indonesia. Memahami potret dan kinerja UMKM ini menjadi hal yang penting dan strategis terutama untuk mengetahui potensi dan jenis usaha potensial di setiap Kabupaten/Kota seluruh Indonesia.

Kinerja UMKM

Berdasarkan publikasi BPS tahun 2006, kinerja koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah secara umum telah menunjukkan peningkatan yang cukup berarti terutama sekali dari peran kuantitatifnya dalam mempengaruhi aktivitas kegiatan ekonomi hampir diseluruh sektor ekonomi kecuali di sektor minyak dan gas bumi yang banyak ditangani oleh pengusaha besar. Banyaknya pelaku UMKM yang merupakan 99.9 % dari jumlah pelaku usaha di Indonesia, menunjukkan sektor-sektor

*) *Asisten Deputi Urusan Penelitian UKM pada Kementerian Negara Koperasi dan UKM*

ekonomi yang banyak ditangani UMKM ini merupakan bidang usaha yang dapat memberi peluang upaya mereplikasi unit usaha baru dan memunculkan wira usaha sejati di dalamnya.

1. Perkembangan UMKM

Perkembangan jumlah UMKM selama periode 2003 sampai dengan 2005 menunjukkan pertumbuhan rata-rata 5,41% atau tumbuh 1,15 juta unit setiap tahunnya, yakni dari 42,40 juta unit (2003) menjadi 43,71 juta unit (2004) dan terus meningkat menjadi sekitar 44.69 juta unit pada tahun 2005. Sekalipun pertumbuhan rata-rata Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yakni 5,41 % sedikit lebih kecil dibanding pertumbuhan rata-rata Usaha Menengah yang mencapai 6,64% dan pertumbuhan Usaha Besar sekitar 7,11%, namun secara kuantitatif Usaha Mikro dan Kecil sangat mempengaruhi aktivitas ekonomi masyarakat banyak karena jumlahnya merupakan 99,9 persen dari keseluruhan

pelaku bisnis yang berusaha di tanah air (Tabel 1).

2. Lapangan Kerja UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah memberikan lapangan kerja bagi 99,45% tenaga kerja di Indonesia, dan masih akan menjadi tumpuan utama penyerapan tenaga kerja pada masa mendatang. Selama periode 2003–2005, UMKM mampu menciptakan lapangan kerja bagi 781 ribu orang, dimana usaha mikro dan kecil telah mampu menyerap sebanyak 665 ribu orang pencari kerja dan usaha menengah mampu memberikan lapangan kerja baru sebanyak 126 ribu orang. Pada sisi lain, usaha besar justru mengurangi jumlah pekerja sebanyak 28 ribu orang selama periode 2003–2005 (tabel 2).

3. Ekspor UMKM

Dari sisi ekspor, selama periode tahun 2003-2005 pertumbuhan nilai ekspor

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Unit Usaha Berdasar Skala Usaha Tahun 2003, 2004, dan 2005

No	Skala Usaha	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005	Rata-rata Pertumbuhan %
1	Usaha Mikro dan Kecil	42.331.474	43.641.094	44.621.823	5.41 %
2	Usaha Menengah	63.546	66.318	67.765	6.64 %
3	Usaha Besar	3.894	4.068	4.171	7.11 %
Jumlah		42.398.914	43.711.480	44.693.759	5.41 %

Sumber: BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2006 (diolah)

Tabel 2
Perkembangan Penyerapan Tenaga Kerja Menurut Skala Usaha Tahun 2003 s/d 2005 (ribu Orang)

No	Skala Usaha	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005	Rata-rata Pertumbuhan %
1	Usaha Mikro dan Kecil	70.522	69.167	71.187	0.94 %
2	Usaha Menengah	6.365	6.324	6.491	1.97 %
3	Usaha Besar	2.618	2.647	2.590	- 1.05 %
Jumlah Tenaga Kerja		79.505	78.138	80.269	0.96 %

Sumber: BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2006 (diolah)

Usaha Mikro dan Kecil mengalami peningkatan rata-rata sebesar 17,95% setiap tahunnya. Pertumbuhan rata-rata tahunan ini relatif masih dibawah pertumbuhan ekspor Usaha Menengah yakni 19,47% dan ekspor Usaha Besar yang mengalami peningkatan rata-rata 22,78% setiap tahunnya. Dibanding dengan nilai ekspor yang dilakukan Usaha Besar, maka nilai ekspor Usaha Mikro dan Kecil serta Usaha Menengah masih sangat kecil. Sekitar 80,84% ekspor non migas Indonesia disumbangkan oleh peran Usaha Besar dan hanya sekitar 19,16% saja ekspor Indonesia yang disumbangkan oleh UMKM (tabel 3).

4. Investasi UMKM

Perkembangan investasi memberi harapan yang cukup baik pada skala usaha mikro, kecil dan menengah. Hal ini ditandai dengan rata-rata pertumbuhan investasi UMKM pertahun lebih tinggi dibanding keseluruhan rata-rata pertumbuhan tahunan investasi di Indonesia yang hanya mampu tumbuh sekitar 38,56%. Investasi pada skala usaha mikro dan kecil tumbuh sebesar 45,33% setiap tahunnya, demikian juga investasi pada skala usaha menengah yang tumbuh 45,96% setiap tahunnya, sementara rata-rata pertumbuhan tahunan investasi pada skala usaha besar hanya mencapai

33,31% saja (tabel 4). Keadaan ini paling tidak menunjukkan kondisi riil makro ekonomi Indonesia yang setelah terjadinya krisis tahun 1997 yang lalu, masih menyisakan trauma di bidang investasi dengan hengkangnya berbagai investor asing dan semakin sulit serta terbatasnya para penanam modal asing yang berminat menginvestasikan dananya di Indonesia, khususnya pada skala usaha besar.

Selain itu, seperangkat indikator investasi di Indonesia masih menjadi masalah sebagaimana hasil pemeringkatan investasi terhadap 155 negara yang diterbitkan oleh **International Finance Corporation (IFC, 2006)** sebagai berikut: 1) Indonesia menduduki **peringkat 144 untuk memulai usaha baru**, 2) **peringkat 115 untuk kemudahan melakukan bisnis**, 3) **peringkat 107 untuk pengurusan perijinan** termasuk kemudahan rekrut dan pemberhentian pegawai serta pendaftaran properti, dan 4) **peringkat 63 dalam kemudahan mendapatkan kredit**. Dari kajian yang dilakukan institusi internasional tersebut, tampaknya jelas bahwa indikator investasi ini lebih difokuskan kepada skala investasi bagi pengembangan usaha-usaha yang memiliki legalitas usaha seperti Usaha Besar, Menengah dan sebagian Usaha Kecil. Namun tentu saja bagi UMKM yang

Tabel 3
Perkembangan Nilai Ekspor Nonmigas Menurut Skala Usaha
Tahun 2003 s/d 2005 (Milyar Rupiah)

No	Skala Usaha	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005	Rata-rata Pertumbuhan %
1	Usaha Mikro dan Kecil	19.941	24.408	27.700	17,95 %
2	Usaha Menengah	57.156	71.140	81.429	19,47 %
3	Usaha Besar	305.437	375.242	460.460	22,78 %
Jumlah Nilai Ekspor		382.534	470.790	569.589	23,01 %

Sumber: BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2006 (diolah)

bagian terbesar diantaranya tidak memiliki status usaha formal (tanpa badan hukum, tidak terdaftar dan sebagainya), maka untuk memulai suatu usaha baru justru tidak mengalami kesulitan berarti atau bahkan kendala permodalan menjadi menjadi masalah utama yang dihadapi UMKM.

Sorotan IFC mengenai iklim investasi yang kurang kondusif dalam mempermudah masuknya investasi asing tersebut perlu kita jadikan landasan untuk membenahi seperangkat kebijakan terutama menyongsong lahirnya Undang-undang Penanaman Modal baru yang saat ini Rancangan Undang-undangnya secara intensif sedang dibahas Dewan Perwakilan Rakyat. Berkaitan dengan itu, fenomena meningkatnya pertumbuhan investasi pada usaha berskala mikro, kecil dan menengah dapat dilihat sebagai alternatif yang harus dilakukan pelaku usaha lokal (atau luar) untuk menjamin kontinuitas usahanya dan membuka peluang bagi tumbuhnya pelaku usaha baru. Karenanya masih perlu dikaji

kembali seberapa jauh penanam modal luar (asing) saat ini telah melakukan investasi pada kegiatan usaha berskala mikro, kecil dan menengah.

5. Produk Domestik Bruto UMKM

Secara keseluruhan pertumbuhan PDB usaha mikro dan kecil serta usaha menengah rata-rata 13,13% dan 14,44% setiap tahunnya, masih lebih kecil dibanding rata-rata pertumbuhan PDB usaha besar yang mampu meningkat sebesar 20,30% setiap tahunnya. Sekalipun tetap dominan, peranan UMKM dalam penciptaan PDB yakni rata-rata di atas 54%, namun terdapat kecenderungan penurunan peranan UMKM dalam menyumbang PDB berturut-turut setiap tahunnya mulai dari 57,07% tahun 2003 menjadi 55,96% tahun 2004 dan terus turun menjadi 54,22% (tabel 4). Hal ini menunjukkan tingkat produktivitas UMKM yang masih rendah dibanding produktivitas usaha besar yang pada umumnya lebih efisien dan banyak menggunakan sumberdaya siap pakai dan profesional

Tabel 4
Perkembangan Investasi Menurut Skala Usaha Tahun 2003 s/d 2005 (Milyar Rupiah)

No	Skala Usaha	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005	Rata-rata Pertumbuhan %
1	Usaha Mikro dan Kecil	58.884	95.705	122.626	45.33 %
2	Usaha Menengah	73.191	121.955	152.741	45.96 %
3	Usaha Besar	185.043	275.190	324.409	33.31 %
Jumlah Investasi		317.118	492.850	599.776	38.56 %

Sumber: BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2006 (diolah)

Tabel 5
Perkembangan Produk Domestik Bruto (PDB) Menurut Skala Usaha

No	Skala Usaha	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005	Rata-rata Pertumbuhan %
1	Usaha Mikro dan Kecil <i>Peran dlm PDB</i>	812.473 40,35%	894.767 39,36%	1.039.594 38,08%	13,13 %
2	Usaha Menengah <i>Peran dlm PDB</i>	336.431 16,71%	377.223 16,59%	440.408 16,13%	14,44 %
3	Usaha Besar <i>Peran dlm PDB</i>	864.770 42,94%	1.001.151 44,04%	1.249.705 45,78%	20,30 %
Jumlah PDB		2.013.675	2.273.142	2.729.708	16,49 %

Sumber: BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2006 (diolah)

serta penggunaan teknologi yang mampu meningkatkan produktivitas usahanya.

Berdasarkan data kinerja UMKM diatas, sebenarnya peluang untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM masih memiliki prospek cukup besar. Khususnya bagi **sektor-sektor ekonomi UMKM yang banyak digeluti pelaku UMKM** dilihat dari proporsinya yakni meliputi 1) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan 58,76%; 2) Perdagangan, Hotel dan Restoran 22,82%; 3) Industri Pengolahan 6,29%; 4) Pengangkutan dan Komunikasi 6,05% serta 5) Jasa-jasa 5,18%. Sedangkan proporsi UMKM yang bergerak pada sektor ekonomi lainnya seperti Pertambangan dan Penggalian; Bangunan; Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan; serta Listrik, Gas dan Air Bersih ternyata sangat kurang diminati pelaku usaha UMKM atau secara keseluruhan tercatat hanya diminati kurang dari 1% saja. Melalui pengembangan sektor-sektor ekonomi yang banyak diminati pelaku usaha UMKM inilah dapat didorong upaya untuk menumbuhkan wira usaha baru. Dari aspek komoditas yang perlu digarap, maka komoditas yang banyak digeluti masyarakat atau produk unggulan UMKM dan dikembangkan dengan teknologi sederhana merupakan lahan utama yang berpotensi untuk dikembangkan terutama untuk mendorong munculnya pelaku usaha baru.

Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini

yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya.

Berdasar **aspek manajemen usahanya**, UMKM dapat digambarkan sebagai berikut:

Usaha Mikro memiliki karakteristik sebagai berikut antara lain 1) jenis komoditinya berubah-ubah dan sewaktu-waktu dapat berganti produk/usaha, 2) tempat usahanya tidak selalu menetap atau sewaktu-waktu dapat pindah 3) belum adanya pencatatan keuangan usaha secara baik, 4) sumber daya manusianya rata-rata sangat rendah yakni SD-SMP, 5) pada umumnya belum mengenal perbankan dan lebih sering berhubungan dengan tengkulak atau rentenir, 6) umumnya usaha ini tidak memiliki ijin usaha.

Usaha Kecil biasanya ditandai dengan 1) Jenis barang atau komoditinya tidak gampang berubah, 2) mempunyai kekayaan maksimal 200 Juta dan dapat menerima kredit maksimal 500 Juta, 3) lokasi atau tempat usaha umumnya sudah menetap, 4) sudah memiliki pembukuan walaupun masih sederhana artinya pencatatan administrasi keuangan perusahaan sudah mulai dipisah. 5) memiliki legalitas usaha atau perijinan lainnya, 6) sumber daya manusianya sudah lumayan baik, dari aspek tingkat pendidikan yakni rata tingkat SMU, 7) sudah mulai mengenal perbankan.

Usaha Menengah memiliki karakteristik 1) kekayaan 200 Juta sampai 10 Milyar, dan dapat menerima kredit antara 500 Juta sampai 5 Milyar. 2) memiliki manajemen dan organisasi yang lebih teratur dan baik dengan pembagian tugas

yang lebih jelas antar bagian/unit, 3) telah memiliki system manajemen keuangan sehingga memudahkan untuk dilakukan auditing termasuk oleh pihak auditor publik, 4) telah melakukan penyesuaian terhadap peraturan pemerintah dibidang ketenagakerjaan, Jamsostek dan lain-lain. 5) memiliki persyaratan legal secara lengkap, 6) sering bermitra dengan perbankan dan pelaku usaha lainnya, dan 7) Sumber daya manusianya jauh lebih baik dan handal pada level Manager dan Supervisor.

Selain itu, berdasar **aspek komoditas** yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain : 1) **Kualitasnya belum standart**, hal ini disebabkan karena sebagian besar UMKM belum memiliki teknologi yang seragam dan biasanya produk yang dihasilkan dalam bentuk hand made sehingga dari sisi kualitas relative beragam. 2) **Keterbatasan design produk** yang dimiliki oleh produk UMKM karena keterbatasan pengetahuan dan pengalamannya tentang produk. Selama ini UMKM bekerja didasarkan pada order, belum banyak yang berani dan mau mencoba berkreasi dengan mencoba design baru, 3) **Terbatasnya jenis produk**, biasanya UMKM hanya memproduksi sejenis atau terbatas, sehingga apabila ada permintaan model baru dari buyer sulit untuk memenuhi karena kesulitan dalam penyesuaian dan waktunya biasanya sangat panjang untuk memenuhi order tersebut, 4) **Terbatasnya kapasitas dan price list produknya**, biasanya kapasitas produk sulit untuk ditetapkan dan harga yang tidak terukur sehingga dapat menyulitkan para buyer atau konsumen. 5) **Kurang standarnya bahan baku**, biasanya bahan baku diperoleh dari berbagai sumber dan tidak

memenuhi standar baku, 6) **Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna**, karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya dan belum sempurna.

Permasalahan UMKM

1. Rendahnya Produktivitas

Perkembangan kinerja UMKM yang meningkat dari segi kuantitas belum diimbangi dengan peningkatan kualitas UMKM yang memadai, khususnya skala usaha mikro. Masalah yang masih dihadapi adalah rendahnya produktivitas, sehingga menimbulkan kesenjangan yang sangat lebar antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar. Demikian pula dengan perkembangan produktivitas per tenaga kerja usaha mikro dan kecil yang belum menunjukkan perkembangan yang berarti. Kinerja seperti ini berkaitan dengan: (a) **rendahnya kualitas sumberdaya manusia** UMKM, khususnya dalam bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran; dan (b) **rendahnya kompetensi kewirausahaan** UMKM. Peningkatan produktivitas UMKM sangat diperlukan untuk mengatasi ketimpangan antar pelaku, antar golongan pendapatan, dan antar daerah, termasuk penanggulangan kemiskinan, sekaligus mendorong peningkatan daya saing nasional.

2. Terbatasnya Akses UMKM Kepada Sumberdaya Produktif

UMKM memiliki akses yang terbatas kepada sumberdaya produktif, terutama permodalan, teknologi, informasi, dan pasar. Dalam hal pendanaan, produk jasa

lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja, sedangkan untuk kredit investasi sangat terbatas. Bagi UMKM keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang bersaing. Perbankan menerapkan persyaratan pinjaman yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan meskipun usahanya layak. Di samping itu, perbankan yang merupakan sumber pendanaan terbesar, masih memandang UMKM sebagai kegiatan usaha yang berisiko tinggi. Pada tahun 2005, untuk skala jumlah pinjaman dari perbankan sampai dengan Rp 50 juta, terserap hanya sekitar 24 persen ke sektor produktif, selebihnya terserap ke sektor konsumtif. Bersamaan dengan itu, penguasaan teknologi, manajemen, informasi, dan pasar masih jauh dari memadai serta memerlukan biaya yang relatif besar untuk dikelola secara mandiri oleh UMKM. Sementara itu, ketersediaan lembaga yang menyediakan jasa di bidang tersebut juga sangat terbatas dan tidak merata ke seluruh daerah. Peran masyarakat dan dunia usaha dalam pelayanan kepada UMKM juga belum berkembang, karena pelayanan kepada UMKM masih dipandang kurang menguntungkan.

3. Masih Rendahnya Kualitas Kelembagaan dan Organisasi Koperasi

Sampai dengan akhir tahun 2005, jumlah koperasi mencapai 134.963 unit meningkat sebanyak 4.233 unit atau 3,24% dari tahun sebelumnya, dengan jumlah anggota sebanyak 27,3 juta orang yang mengalami penurunan 236 ribu orang atau turun 0,86% dibanding tahun sebelumnya. Meskipun jumlahnya cukup besar dan terus meningkat, kinerja koperasi masih jauh dari yang diharapkan.

Sebagai contoh, jumlah koperasi yang aktif pada tahun 2005 adalah sebanyak 94,82 ribu unit atau hanya sekitar 70,25% dari koperasi yang ada. Di antara koperasi yang aktif tersebut hanya 45,51 ribu koperasi atau sekitar 48% yang menyelenggarakan Rapat Anggota Tahunan (RAT), salah satu perangkat organisasi yang merupakan lembaga (forum) pengambilan keputusan tertinggi dalam organisasi koperasi. Selain itu, secara rata-rata baru 27% koperasi aktif yang mempunyai manajer koperasi.

4. Tertinggalnya Kinerja Koperasi dan Kurang Baiknya Cira Koperasi

Kurangnya pemahaman tentang koperasi sebagai badan usaha yang memiliki struktur kelembagaan (struktur organisasi, struktur kekuasaan, dan struktur insentif) yang unik/khas dibandingkan badan usaha lainnya, serta kurang memasyarakatnya informasi tentang praktik-praktik berkoperasi yang baik (*best practices*) telah menimbulkan berbagai permasalahan mendasar, yang menjadi kendala bagi kemajuan perkoperasian di Indonesia, yakni :

- a. Koperasi yang didirikan tanpa didasari dengan adanya kebutuhan/kepentingan ekonomi bersama dan prinsip kesukarelaan dari para anggota, sehingga kehilangan jatidirinya sebagai koperasi sejati yang otonom dan swadaya/mandiri;
- b. Koperasi yang tidak dikelola secara profesional dengan menggunakan teknologi dan kaidah ekonomi modern sebagaimana layaknya sebuah badan usaha;
- c. Masih terdapat kebijakan regulasi yang kurang mendukung kemajuan koperasi;
- d. Koperasi masih sering dijadikan oleh segelintir orang/kelompok, baik di luar

maupun di dalam gerakan koperasi itu sendiri, untuk mewujudkan kepentingan pribadi atau golongannya, yang tidak sejalan atau bahkan bertentangan dengan kepentingan anggota koperasi yang bersangkutan dan nilai-nilai luhur serta prinsip-prinsip koperasi.

Sebagai akibat dari kondisi di atas, maka kinerja dan kontribusi koperasi dalam perekonomian relatif tertinggal dibandingkan badan usaha lainnya; dan citra koperasi di mata masyarakat menjadi kurang baik. Lebih lanjut, kondisi tersebut mengakibatkan terkikisnya kepercayaan, kepedulian, dan dukungan masyarakat kepada koperasi.

5. Kurang Kondusifnya Iklim Usaha

Koperasi dan UMKM pada umumnya juga masih menghadapi berbagai masalah yang terkait dengan iklim usaha yang kurang kondusif, di antaranya adalah: (a) **ketidakpastian dan ketidakjelasan prosedur perizinan** yang mengakibatkan besarnya biaya transaksi, panjangnya proses perizinan, dan timbulnya berbagai pungutan tidak resmi; (b) **proses bisnis dan persaingan usaha yang tidak sehat**; dan (c) **lemahnya koordinasi lintas instansi** dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM. Di samping itu, otonomi daerah yang diharapkan mampu mempercepat tumbuhnya iklim usaha yang kondusif bagi koperasi dan UMKM, ternyata belum menunjukkan kemajuan yang merata. Sejumlah daerah telah mengidentifikasi peraturan-peraturan yang menghambat, sekaligus berusaha mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan, bahkan telah meningkatkan pelayanan kepada koperasi dan UMKM dengan mengembangkan pelayanan satu atap. Namun, masih terdapat daerah lain

yang memandang koperasi dan UMKM sebagai sumber pendapatan asli daerah dengan mengenakan pungutan-pungutan baru yang tidak perlu, sehingga biaya usaha koperasi dan UMKM meningkat. Di samping itu, kesadaran tentang hak atas kekayaan intelektual (HaKI) dan pengelolaan lingkungan masih belum berkembang. Oleh karena itu, aspek kelembagaan perlu menjadi perhatian yang sungguh-sungguh, dalam rangka memperoleh daya jangkau hasil dan manfaat yang semaksimal mungkin, mengingat besarnya jumlah, keanekaragaman usaha, dan tersebarnya UMKM.

Keunggulan UMKM

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik sebuah benang merah tentang keunggulan UMKM di tinjau secara makro ekonomi. Selama ini UMKM telah menunjukkan keunggulan sebagai berikut. **Pertama**; Secara kuantitatif dan kualitatif pertumbuhan UMKM telah mencapai kemapanan dari tahun ke tahun, hal ini dapat dilihat dari statistik setiap tahunnya yang selalu mengalami kenaikan. **Kedua**; Pasar UMKM masih sangat terbuka baik lokal maupun ekspor, tinggal bagaimana diciptakan pasar baru yang memungkinkan bagi UMKM. Hal ini mengingat beraneka ragamnya produk UMKM serta dukungan bahan baku sebagai komparatif advantage yang tidak dimiliki oleh negara lain. **Ketiga**; UMKM harus didorong untuk senantiasa memahami nilai dan Hak Intelektual (HAKI dan Paten Produk). Hal ini penting karena dengan memahami nilai dan HAKI maka akan muncul produk khas daerah yang sangat unggul dan spesifik. **Keempat**; UMKM diharapkan mampu meningkatkan kapasitasnya secara optimal dan professional, dengan cara tetap beraliansi

dengan berbagai pihak termasuk dengan para pengusaha besar.

Disisi lain banyak para UMKM yang telah mencapai tahap keunggulan yang sangat kompetitif. Hal ini biasanya diawali oleh UMKM yang berani mendobrak cara-cara tradisional dalam pembuatan produk, mereka menyadari pentingnya peranan teknologi dan pengembangan desain-nyapun telah berbasis komputerised serta mereka sangat memahami pentingnya paten suatu produk. Selain itu, banyak UMKM yang telah mampu memperkenalkan produknya secara cepat dengan mempertimbangkan aspek kemurahan, harga bersaing, memandang usaha sebagai usaha yang terintegrasi, serta fokus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Inovasi seperti itu diharapkan menjadi nilai tambah, kreatifitas dan inovasi yang memang sangat dibutuhkan dalam menciptakan superior bagi para pelanggan.

Tantangan Penumbuhan Usaha Baru

Indonesia sebagai negara yang terikat dengan pengaruh lingkungan global, salah satunya sejak dicanangkannya **Bogor Goals** oleh para pemimpin APEC, maka harus lebih siap mensikapi era perdagangan bebas dan investasi yang menuntut harus semakin efisiennya penyelenggaraan praktek bisnis untuk menghadapi persaingan kawasan. Kebutuhan mempersiapkan para pelaku usaha yang handal, profesional dan kompeten di bidangnya memerlukan suatu proses. Program pengembangan kewirausahaan dan penumbuhan unit usaha baru merupakan tantangan tersendiri bagi pemerintah untuk mampu mempersiapkan lingkungan usaha yang kondusif guna menghasilkan para

enterpreneur baru. Melihat potensi yang dimiliki usaha mikro, kecil dan menengah baik dari aspek besarnya jumlah maupun luasnya sektor ekonomi yang ditangani, maka peluang tumbuhnya usaha baru dan pengembangan kewirausahaan dari komunitas UMKM ini menjadi salah satu harapan dalam menghadapi tantangan kedepan. Dalam kaitan ini, beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Prospek bisnis UMKM dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung pada upaya yang ditempuh oleh pemerintah dalam mengembangkan bisnis UMKM. Salah satunya melalui pengembangan iklim usaha yang kondusif. Untuk itu, diperlukan penciptaan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi UMKM. Kebijakan yang kondusif dimaksud dapat diartikan sebagai lingkungan kebijakan yang transparan dan tidak membebani UMKM secara finansial dan berlebihan. Ini berarti berbagai campur tangan pemerintah yang berlebihan, baik pada tingkat pusat maupun daerah harus dihapuskan, khususnya penghapusan berbagai peraturan dan persyaratan administrasi yang rumit dan menghambat kegiatan UMKM dan tumbuhnya usaha-usaha baru.
2. Pengembangan UMKM yang diarahkan pada **supply driver strategy** sebaiknya diarahkan pada pengembangan program UMKM yang berorientasi pasar, dan didasarkan atas pertimbangan efisiensi dan kebutuhan riil UMKM (**market oriented, demand driven programs**). Fokus dari program ini yakni pertumbuhan UMKM yang efisien dan ditentukan oleh pertumbuhan produktivitas UMKM yang berkelan-

jutan, serta pada gilirannya akan memacu minat orang untuk menangkap peluang berwirausaha.

3. Menghadapi tantangan globalisasi ekonomi dan persaingan bebas, struktur yang timpang dan kesenjangan akses tidak relevan lagi untuk dipertahankan. Untuk itu perlu dilakukan reformasi struktur usaha yang ada saat ini. Dalam konteks reformasi ini, menjadi sangat relevan untuk memberi ruang gerak yang longgar kepada UMKM guna mengejar ketertinggalan namun juga dengan strategi yang tepat. Hal ini seharusnya lebih mendorong para wirausaha yang dikenal senang menghadapi tantangan baru untuk memulai usaha baru dengan memanfaatkan kekurangan yang dimiliki UMKM.
4. Liberalisasi perdagangan seharusnya juga membuka peluang bagi perluasan pasar produk UMKM itu sendiri, melalui pemunculan institusi, yang secara spesifik ditujukan untuk membuka dan memperluas akses pasar UMKM. Perluasan akses pasar dan informasi peluang usaha dan pasar ini merupakan peluang bagi pengembangan atau perluasan usaha yang dapat ditangani wirausaha baru.
5. Pembentukan aliansi strategis antara UMKM dengan usaha-usaha asing merupakan mekanisme yang penting dan efektif untuk alih informasi bisnis, teknologi, kemampuan manajerial serta organisatoris, serta akses ke pasar ekspor bagi UMKM dari pada bantuan yang diberikan oleh instansi pemerintah. Dalam aliansi ini, maka UMKM ataupun usaha asing atau usaha domestik melakukan kerjasama

yang didasarkan atas kemauan dan kepentingan bersama dan pada akhirnya akan memunculkan pelaku usaha baru untuk menangani usaha pendukung yang dibutuhkan dari kerjasama tersebut.

Penutup

Penetapan sasaran penumbuhan 6 (enam) juta unit usaha baru sebagaimana ditetapkan dalam Renstra Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2004-2009, merupakan bagian dan kelanjutan dari program pengembangan kewirausahaan terdahulu yang sampai saat ini masih terus dilaksanakan oleh berbagai instansi terkait. Dalam kaitan itu, INPRES 4 tahun 1995 tentang Pemasyarakatan dan Pembudayaan Kewirausahaan yang melibatkan sekitar 17 Menteri, Gubernur Bank Indonesia dan seluruh Gubernur, masih relevan untuk dilanjutkan. Sebagai Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan (GNMMK), Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil pada era itu diserahkan tugas dan tanggung jawab untuk mengkoordinasikannya. Oleh karenanya sejak saat itu dalam APBN ditetapkan program khusus yakni Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif UKM untuk menampung berbagai macam kebutuhan program dan kegiatan lintas sektor. Tentu saja sekarang ini, Kementerian Koperasi dan UKM perlu mengambil langkah-langkah penyesuaian GNMMK dimaksud, dengan mempertimbangkan perubahan lingkungan internal dan eksternal yang terjadi di era Reformasi ini.