

STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI IKLIM USAHA YANG TIDAK KONDUSIF

Jannes Situmorang *)

Abstrak

Iklim usaha yang tidak kondusif merupakan kendala yang menghambat upaya pemberdayaan UMKM. Untuk menghadapi kondisi tersebut diperlukan peningkatan kualitas SDM, kemudahan dalam mendapatkan perijinan, membangun sistem perkreditan yang dapat mempermudah UMKM dalam mendapatkan permodalan, menyediakan sarana pemasaran dan informasi pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah telah menyempurnakan beberapa peraturan untuk mempermudah UMKM untuk mendapatkan ijin usaha antara lain dengan penyederhanaan prosedur perijinan dan pengembangan sistem perijinan satu pintu. Dalam meningkatkan akses pada sumber-sumber permodalan telah dilaksanakan program-program: a) Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM); b) Program pembiayaan wanita usaha mandiri dalam rangka pemberdayaan perempuan, keluarga sehat dan sejahtera (PERKASA); c) Program skim pendanaan komoditas UMKM dan koperasi melalui resi gudang; d) Kredit bagi usaha mikro dan kecil yang bersumber dari dana Surat Utang Pemerintah Nomor 005 (SUP-005) dengan pola konvensional dan pola syariah. Dalam mempermudah akses terhadap pemasaran telah dikembangkan beberapa program antara lain: a) Promosi proyek-proyek pemasaran UMKM; b) Modernisasi usaha ritel koperasi seperti Makasar Trade Centre (MTC) dan SPC dan; c) pengembangan sarana pemasaran UMKM antara lain dalam bentuk peremajaan pasar tradisional di banyak propinsi; d) Pengembangan Trading Board dan Data Center antara lain dengan membangun gedung Smesco di Jakarta; dan e) Pameran di dalam dan di luar negeri.

Strategi UMKM, Iklim Usaha Kondusif, Perijinan, Modal, Pasar

I. Latar Belakang

Kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah klasik yang saling berkaitan. Selama lebih dari enam dekade masalah ini belum terselesaikan oleh bangsa Indonesia. Kemiskinan dan pengangguran membawa berbagai konsekuensi langsung dalam kehidupan masyarakat yang menyebabkan kondisi

*) Penulis adalah peneliti pada Deputy Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKK

masyarakat menjadi selalu tidak kondusif, baik dari aspek ekonomi, sosial, politik, maupun mental spiritual. Kemiskinan menjadikan orang tidak sejahtera. Karena tidak sejahtera maka mental dan moral orang demikian sulit untuk dapat mendukung pembangunan di segala aspek kehidupannya maupun kehidupan bernegara.

Hamdani (2001) berpendapat bahwa dari aspek politis, masalah kemiskinan dan pengangguran pada hakikatnya merupakan dampak dari konsepsi pembangunan yang terkait langsung dengan ideologi dan politik yang dianut suatu bangsa. Setiap ideologi mempunyai tujuan yang sama yaitu membangun kesejahteraan semua anggota masyarakat, hanya caranya yang berbeda sesuai dengan kondisi sosial budaya di tempat tersebut. Oleh sebab itu konsepsi pembangunan yang didasarkan pada suatu ideologi belum tentu dapat diaplikasikan dengan baik di negara lain yang berbeda ideologinya. Bagi bangsa Indonesia yang menganut asas Pancasila, pembangunan kesejahteraan rakyat telah ditegaskan dalam sila kelima, yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, yang antara lain diwujudkan dalam bentuk sistem perekonomian yang berkeadilan.

Konsepsi sistem perekonomian berkeadilan akan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warganegara untuk berpartisipasi dalam kegiatan perekonomian, agar dapat mewujudkan semua aspirasi ekonominya yang paling manusiawi (pangan, sandang, papan, kesehatan, pendidikan dll). Keinginan untuk mewujudkan sila kelima dari Pancasila, diupayakan melalui kebijakan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah UMKM yang merupakan bagian terbesar (99,9%) dari dunia usaha yang ada di Indonesia. Walaupun UMKM merupakan bagian terbesar dari dunia usaha yang mampu menyerap 96,1 % dari tenaga kerja, tetapi kondisi usaha kelompok ini dapat dikatakan belum berkembang secara baik. Hal tersebut antara lain diindikasikan dari pertumbuhan modal selama lima tahun terakhir yang relatif kecil yaitu pada harga berlaku hanya berkisar antara 8,4% sampai dengan 14,8 %, sedangkan inflasi berkisar antara 9,2% sampai dengan 12,6 %. Demikian juga pertumbuhan omzet hanya berkisar antara 11,3% sampai dengan 18,2 % dan pertumbuhan keuntungan/ laba hanya berkisar antara 10,9% sampai dengan 15,3 %.

Dari berbagai laporan dan hasil kajian yang sudah ada, antara lain yang dikemukakan oleh Syarif (2008) dalam laporannya mengatakan bahwa kendala utama yang dihadapi dalam upaya membangun usaha kelompok UMKM adalah iklim usaha yang tidak kondusif. Belum kondusifnya iklim usaha UMKM antara lain diindikasikan dari: a) Sulitnya mendapatkan perijinan karena prosesnya berbelit-belit dan memakan biaya dan waktu yang lumayan besar, sedangkan perijinan untuk kelompok usaha kecil dan usaha menengah sangat diperlukan dalam upaya membangun akses terhadap permodalan, pasar dan pembentukan

jaringan usaha; b) Belum adanya kelembagaan yang secara konsisten dan konsekuen memberikan bantuan dorongan maupun stimulan dalam mendukung perkembangan UMKM seperti lembaga perkreditan, lembaga pemasaran, lembaga informasi serta lembaga penelitian dan pengembangan ; c) Komitmen politis dari pemerintah, baik dalam bentuk peraturan perundang-undangan maupun dalam bentuk program-program pembangunan, belum sepenuhnya dapat diimplementasikan dengan baik di lapangan.

Dari adanya berbagai kendala tersebut pemberdayaan UMKM sekarang masih dapat dikatakan sebagai wacana, yang untuk dapat diimplementasikan masih memerlukan berbagai perubahan dari berbagai aspek

Suarja, W. (2007) mengatakan bahwa keinginan untuk mempercepat proses pemberdayaan UMKM dan koperasi memang tidaklah mudah karena banyaknya masalah yang membatasi (menjadi kendala) usaha tersebut antara lain kesulitan akses terhadap permodalan, pasar, teknologi dan informasi, masalah rendahnya kualitas SDM UMKM, masalah belum optimalnya fungsi lembaga pemberdayaan UMKM dan masalah iklim usaha yang belum sepenuhnya berpihak kepada UMKM. Kondisi yang demikian menyebabkan upaya-upaya yang dilakukan oleh UMKM sendiri terlihat masih berjalan di tempat. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut pemerintah baik secara sektoral maupun kedaerahan telah mengeluarkan berbagai program pemberdayaan UMKM yang antara lain dalam bentuk program bantuan perkuatan yang dilaksanakan oleh Kementerian Negara Koperasi dan UMKM sejak tahun 2000 sampai dengan sekarang ini. Salah satu sasaran program tersebut adalah untuk memperbaiki iklim usaha UMKM dan koperasi.

II. Iklim Usaha UMKM

Dengan memperhatikan berbagai karakter dan potensi UMKM terutama dalam hal ketahanannya menghadapi gejolak perekonomian dunia yang terkait dengan penggunaan modal, penggunaan bahan baku lokal, serta kemampuan penyerapan tenaga kerja, maka dalam rangka mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan, maka pemberdayaan UMKM dijadikan salah satu opsi untuk mengatasi masalah tersebut. Dari pemikiran yang demikian, idealnya pendekatan pembangunan sekarang ini diarahkan pada usaha mempercepat proses pemberdayaan UMKM dan koperasi. Untuk mengimplementasikan konsepsi tersebut dalam bentuk program-program nyata, diperlukan adanya komitmen politik yang kuat dari semua kalangan, dengan menghilangkan terlebih dahulu kepentingan politis, kelompok maupun kedaerahan. Langkah kearah ini memerlukan kemampuan untuk memberikan keyakinan kepada para pengambil keputusan, agar lebih berpihak kepada

kelompok UMKM dan koperasi. Namun demikian sejauh tidak adanya proses komunikasi politik yang langsung dibangun dan ditumbuhkan oleh para pengambil kebijakan di pusat dan di daerah yang berdedikasi untuk memberdayakan UMKM, maka mustahil UMKM dapat berdiri sejajar dengan perusahaan besar.

Sejalan dengan keinginan di atas perlu diperhatikan bahwa empat sektor utama yang menjadi basis usaha UMKM dan koperasi sekarang ini adalah sektor pertanian, industri, perdagangan dan jasa. Keempat sektor tersebut dalam menghadapi pasar global yang sangat kompetitif terutama dua sektor yang sangat krusial adalah industri dan perdagangan. Kedua sektor ini menjadi begitu penting karena dalam era globalisasi mendatang, tantangan berat yang dihadapi adalah mengubah orientasi pembangunan dari orientasi pemenuhan kebutuhan dalam negeri ke usaha menghadapi persaingan pasar. Dalam kondisi yang demikian ternyata iklim usaha di dalam negeripun belum mendukung pemberdayaan UMKM dan koperasi. Hal ini diindikasikan dari sulitnya memperoleh perijinan dan belum efektifnya program-program yang mendukung kedua sektor usaha UMKM tersebut.

Secara umum dapat dikatakan bahwa gambaran kondisi iklim usaha UMKM pada saat ini, dilihat dari peluang pemberdayaan UMKM dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat dan dari sektor ke sektor yang belum mengindikasikan besarnya harapan pada kelompok usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan. Pemberdayaan UMKM memang sudah menjadi komitmen nasional dalam rangka mewujudkan keadilan pembangunan, karena UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk mendukung pemerataan pembangunan baik antarsektor, antara- golongan maupun antar daerah. Kondisi iklim usaha yang diwarnai oleh masalah-masalah seperti dikemukakan di atas, tetap belum mampu untuk menjadikan UMKM sebagai basis pembangunan daerah yang sekaligus mendukung keberhasilan pembangunan nasional. Dampak dari adanya permasalahan tersebut terlihat nyata dalam bentuk : a) Rendahnya produktivitas UMKM dan koperasi yang berdampak pada timbulnya kesenjangan antara UMKM dengan usaha besar ; b) Terbatasnya akses UMKM dan koperasi kepada sumberdaya produktif seperti permodalan teknologi dan pasar serta ; c) Marjinalisasi dari kelompok ini baik dari aspek skala usaha, teknologi, informasi dan pendapatan mereka.

Ketiga masalah yang mewarnai proses pemberdayaan UMKM dan koperasi tersebut pada hakekatnya merupakan dampak dari kebijakan makro ekonomi yang merupakan derivasi dari sistem perekonomian yang selama lebih dari empat puluh tahun mendewakan pertumbuhan. Konsepsi perekonomian yang dimotori oleh kelompok pengusaha besar tersebut mencerminkan kepercayaan yang terlalu tinggi dari para pengambil kebijakan terhadap

mekanisme pasar yang akan dapat mendistribusikan marjin secara proporsional diantara komponen-komponen sistem dalam sistem perekonomian liberal. Pemikiran Adam Smith yang mengilhami pengikut-pengikutnya dan dimodernisasi oleh Schumpeter (1934) ini ternyata masih menjadi phobia bagi sebagian besar negara berkembang (termasuk Indonesia) dalam merancang sistem perekonomiannya. Kepercayaan yang berlebihan pada paham ekonomi neoklasik yang sekarang telah berubah menjadi ultraneoklasik, tidak saja telah melahirkan konglomerasi tetapi juga telah membangun situasi perekonomian yang diwarnai berbagai ketimpangan yang antara lain adalah memburuknya iklim usaha bagi pengusaha UMKM dan koperasi. Hal yang demikian juga terindikasi dari sangat tidak wajarnya rasio antara rata-rata pendapatan perkapita dengan angka kemiskinan, yang terjadi selama satu dekade terakhir ini seperti yang diinformasikan oleh USAID dan Biro Pusat Statistik tahun 2007 seperti diperlihatkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Ratio antara Rata-rata Pendapatan Perkapita dengan Angka Kemiskinan

No	Komponen Analisis	Sumber	
		USAID *)	BPS **)
1	PDB (Miliar US \$)	721,616	314,287
2	Income per Capita (US \$)	3.316	1.456
3	Jumlah orang miskin	52 %	6,67

Keterangan :

*) Diolah dari USAID *Population & Economic Development Linkage* 2007,

***) Diolah dari Pidato Kenegaraan Presiden di DPR tanggal 16 Tahun 2007

Kriteria orang miskin : USAID < 2 US \$ per hari

BPS < 1 US \$ per hari

Dari berbagai uraian di atas dapat dikemukakan bahwa dampak dari kedua kondisi tersebut adalah iklim usaha UMKM yang tidak mudah untuk dapat dieleminasi oleh kalangan UMKM sendiri. Akibatnya usaha UMKM tidak pernah mencapai titik *marginal productivity*. Dengan perkataan lain bahwa produktifitas UMKM selalu berada di bawah nilai harapan produktifitas yang sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Tidak kondusifnya iklim usaha UMKM yang mempengaruhi produktifitas UMKM dapat dilihat dari berbagai aspek kegiatan usaha UMKM sebagai berikut:

1) **Rendahnya Kualitas SDM UMKM**

Disamping kajian dari aspek pendapatan juga perlu diperhatikan kondisi SDM usaha mikro dan usaha kecil dari aspek pengalaman, pengetahuan dan pendidikan mereka. Hasil pengamatan Suhartoyo di Kabupaten Tasikmalaya (IPB 2004), memperlihatkan bahwa rata-rata pengalaman kelompok usaha kecil dan usaha mikro di bidang usaha yang ditekuninya relatif cukup baik, tetapi dari aspek pendidikan dan pengetahuan tentang inovasi di bidang produksi dan pengembangan teknologi serta di bidang manajemen usaha dan pemasaran relatif rendah.

2) **Kesulitan UMKM Untuk Mengembangkan Permodalan**

Rata-rata pemilikan modal usaha kecil dan usaha mikro dari tahun ketahun pada indeks harga tetap relatif rendah yaitu Rp.1.231.647 untuk usaha mikro dan Rp.16,021.348 untuk usaha kecil. Demikian juga pertumbuhan modal mereka tidak banyak berubah, walaupun ada kecenderungannya sedikit meningkat. Hal tersebut lebih disebabkan oleh adanya inflasi. Kondisi yang demikian nampaknya sangat wajar karena pendapatan yang diperoleh pengusaha mikro dan pengusaha kecil belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga mereka. Dengan demikian maka kecil sekali peluang bagi kelompok ini untuk menabung yang dapat digunakan untuk menambah permodalan atau meningkatkan investasinya.

3) **Rendahnya Kualitas Teknologi UMKM**

Syarif (2006) menyatakan bahwa dari hasil penelitiannya terhadap 187 UMKM di lima propinsi contoh, menginformasikan bahwa nilai bobot rata-rata teknologi produksi yang digunakan oleh UMKM baru mencapai nilai 1,67 atau tergolong dalam kelompok pengguna teknologi tradisional. Lebih lanjut dikatakan pengembangan teknologi produksi dari produk-produk yang dihasilkan UMKM belum dapat meningkatkan produktivitas dan memperbaiki kualitas produk UMKM.

4) **Kelemahan Akses Terhadap Pasar**

Kesulitan UMKM dalam membangun akses pasar lebih disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang belum dapat dieliminasi terutama yang berkaitan dengan informasi. Tetapi kendala tersebut bukanlah harga mati, karena banyak variabel-variabel pemasaran produk UMKM yang dapat diandalkan seperti rendahnya harga jual produk UMKM yang menjadi daya tarik bagi sebagian kalangan di pasar internasional. Rendahnya eksistensi UMKM dalam penguasaan pasar memang lebih terlihat sebagai dampak dari kondisi pasar yang tidak kondusif, namun sesungguhnya kondisi pasar yang demikian merupakan indikator dari adanya masalah pokok yang tidak terlihat secara nyata, yaitu sistem pemasaran yang

dikuasai oleh komponen sistem yang lebih kuat, sehingga UMKM selalu hanya berperan sebagai *Price Taker* (penerima harga). Dengan mengembangkan kemampuan menangkap informasi, maka diharapkan dominasi komponen lainnya (para pedagang besar dan eksportir) yang memiliki bargaining lebih kuat, yang selama ini berperan sebagai price maker (pembuat harga) akan dapat dipatahkan.

Besarnya minat pasar internasional terhadap produk-produk UMKM di Indonesia menurut Wachidin (2001), terlihat di beberapa negara terutama di daerah Afrika dan di negara-negara Arab. Sebagian konsumen yang mengkonsumsi produk-produk UMKM dari Indonesia ternyata tidak mengetahui bahwa barang yang mereka beli adalah produk dari UMKM di Indonesia. Untuk mengatasi masalah tersebut, satu-satunya jalan yang dapat ditempuh adalah mengenalkan produk-produk UKM tersebut dengan lebih mengembangkan jaringan pasar dan atau mengintensifkan kegiatan promosi. Kedua kegiatan tersebut belum sepenuhnya dapat dilakukan oleh UMKM karena keterbatasan yang ada di kalangan mereka antara lain: a) sebagian besar usaha mikro dan usaha kecil belum memiliki ijin usaha; b) rendahnya pengetahuan tentang informasi pasar dan terbatasnya dana untuk melakukan kegiatan-kegiatan di luar kegiatan produksi. Hal ini tentu saja menjadi dasar pemikiran tentang perlunya peranan pemerintah untuk terlibat langsung dalam mengembangkan sistem pemasaran bagi UMKM, tetapi pemikiran tersebut juga terbentur pada berbagai masalah struktural yang bermuara pada komitmen banyak pihak tentang perlunya memberdayakan UMKM dalam rangka membangun perekonomian nasional yang bercorak kerakyatan.

III. Strategi Pemberdayaan UMKM

3.1. Upaya Yang Dapat Dilakukan Oleh UMKM

1) Peningkatan Kualitas SDM

Peningkatan kualitas SDM memang sejak empat puluh tahun terakhir ini merupakan kegiatan sentral yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya mencerdaskan bangsa. Namun demikian berbagai indikasi menunjukkan bahwa bentuk pendidikan formal tidak semua dapat menjamin peningkatan pengetahuan dari kelompok UMKM. Sebaliknya ada indikasi, bahwa sebagian UMKM tumbuh motivasi keterpaksaan karena mereka tidak mendapat lapangan kerja atau belum mendapatkan lapangan pekerjaan yang sesuai. Dengan demikian nampaknya dari aspek pendidikan formal sebagian UMKM

sudah cukup baik tetapi dari keterampilan atau profesionalisme kondisi mereka masih perlu dipertanyakan. Dari sebab itu berbagai upaya yang telah dilakukan sendiri oleh UMKM antara lain adalah dengan belajar sendiri-sendiri (otodidak) atau ikut magang pada usaha sejenis yang telah ada sebelumnya.

2) Perijinan Usaha UMKM

Sulitnya mendapatkan perijinan merupakan masalah kedua yang tidak dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Masalah ini semakin rumit dengan diberlakukannya otonomi daerah yang menyebabkan pemerintah daerah mengeluarkan berbagai peraturan daerah yang tidak semua sejalan dengan peraturan pemerintah. Penataan dan penyempurnaan peraturan daerah (Perda) perlu dilakukan dalam rangka mendukung pemberdayaan UMKM. Peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM merupakan satu-satunya solusi yang dapat disarankan, karena UMKM tidak dapat melakukan upaya apapun selain mengeluarkan biaya (yang relatif tinggi) untuk mengatasi masalah perijinan ini.

3) Peningkatan Permodalan

Peningkatan permodalan bagi UMKM dilakukan antara lain melalui program pengembangan berbagai skim perkreditan untuk UMKM dan program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro. Hasil kajian yang dilakukan oleh Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM dan Koperasi tahun 2006 di Sumatera Barat, Jawa Barat, Bali, Kalimantan Barat dan Sulawesi Selatan memperlihatkan bahwa pada umumnya penerima bantuan perkuatan adalah mereka yang sudah berusaha disuatu bidang usaha atau berpengalaman rata-rata 2,3 tahun. Sebagian besar UMKM (68 %) tidak memiliki modal sendiri, tetapi menggunakan modal pinjaman dari pihak lain. Penghasilan yang diperoleh dari usaha yang dilaksanakan cukup menguntungkan dengan margin rata-rata 62,1 % dari modal per tahun.

Oleh karena bantuan perkuatan yang diterima UMKM jumlahnya relatif kecil (rata-rata Rp 1,94 juta), maka dana tersebut baru cukup untuk menghilangkan (mensubstitusi) ketergantungan pada sumber permodalan lain (sebagian dari rentenir). Namun demikian, dengan adanya bantuan perkuatan sebesar Rp 1,94 juta, omzet UMKM meningkat dari rata-rata Rp 44,429 juta, menjadi Rp 53,489 juta, atau rata-rata bertambah sebesar Rp 9,059 juta (20,91%) . Demikian juga laba UMKM meningkat dari rata-rata Rp 10,495 juta, menjadi Rp

13,436 juta per tahun. Hal ini menggambarkan bahwa laba UMKM bertambah sebesar Rp 2.941 juta (27,68 %).

4). Peningkatan Kualitas Teknologi

Program ini sudah direncanakan dan mungkin sudah dilaksanakan di tempat lain tetapi di lokasi sampel belum ditemukan, walaupun sudah dinyatakan ada. Salah satu faktor yang menghambat program ini adalah prosedur pengajuan dan pengiriman barang ke daerah yang banyak memakan waktu (terlalu lama) dengan banyak pos pemberhentian. Untuk mempercepat proses pengiriman sebaiknya diberikan dalam bentuk uang karena harga barang yang dikirim bisa lebih mahal dari pada dibeli di lokasi UMKM calon pengguna. Satu lagi masalah yang perlu diperhatikan adalah kesiapan unsur-unsur pendukungnya, seperti genset harus dilengkapi dengan suku cadang yang secara kontinyu harus diganti. Demikian juga kesiapan SDM pengguna (operator), persiapannya harus dilakukan jauh-jauh hari, tetapi ini semua memang sangat sulit karena untuk proses pengajuannya saja sudah memakan waktu yang cukup panjang. Masalah lain yang perlu diperhatikan adalah teknologi yang digunakan tidak mematikan teknologi tradisional dari pengusaha lain (yang juga UMKM) sehingga tidak memperbesar pengangguran (ingat sewaktu huller dan traktor masuk desa banyak orang yang jadi pengangguran). Dari hasil pengamatan lapang juga perlu dikemukakan bahwa pengembangan teknologi produksi tidak harus selalu diorientasikan pada perkembangan teknologi introduksi, tetapi juga harus dipertimbangkan adanya pengembangan teknologi oleh masyarakat lokal, yang jika difasilitasi oleh pemerintah mungkin hasilnya bisa lebih baik dari teknologi yang diintroduksi. Demikian juga penelitian dan pengembangan teknologi produksi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga penelitian perlu mendapat dorongan dan fasilitasi dari pemerintah, misalnya dengan melakukan lomba dan sayembara. Hasil pengamatan lapang memperlihatkan kelompok UMKM yang mendapatkan bantuan perkuatan hampir semuanya belum melakukan pergantian teknologi. Alasan yang paling banyak dikemukakan adalah bahwa mereka tidak mendapatkan informasi tentang adanya teknologi yang lebih bagus. Mereka juga mengatakan bahwa teknologi yang mereka gunakan masih cukup efisien dan mereka tidak memiliki modal untuk mengganti teknologi yang digunakan sekarang ini.

5) Pengembangan Pasar UMKM

Salah satu masalah besar yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Teori ekonomi menjelaskan bahwa konsep pemasaran meliputi 4 unsur pendukung yaitu *produk, harga, tempat atau lokasi dan promosi produk*. Keempat aspek ini saling terkait dalam meningkatkan fungsi pemasaran. Dari keempat unsur tersebut promosi dalam upaya memperkenalkan produk dan mengembangkan jaringan pasar merupakan kegiatan yang telah banyak dilakukan oleh UMKM baik secara mandiri maupun dengan bantuan para stakeholder terutama pemerintah. Kegiatan ini memang memiliki posisi strategis sebagai faktor kunci yang menghubungkan atau memperkenalkan produk yang dihasilkan UMKM kepada konsumen atau pasar.

Pengertian promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan UMKM dan produknya kepada konsumen, sehingga UMKM dapat eksis dan permintaan terhadap produknya meningkat. Dengan dikenalnya produk UMKM tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume usaha UMKM. Dari adanya peningkatan volume usaha diharapkan UMKM dapat meningkatkan laba. Meningkatnya laba akan berdampak pada meningkatnya tabungan (*saving*) yang dapat mendukung upaya perluasan skala usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Untuk memperoleh hasil yang maksimal, promosi harus dilakukan secara profesional dalam artian pelakunya (pengusaha) harus dapat memilih bentuk promosi yang memiliki efektifitas dan efisiensi tinggi. Untuk tujuan tersebut produsen harus mengalokasikan sejumlah sumberdaya baik dana, waktu maupun tenaga yang jumlahnya bisa cukup besar. Oleh sebab itu untuk ikut dalam kegiatan promosi, UMKM sejak awal harus memperhitungkan kelayakan, keikutsertaannya dalam program promosi. Beberapa faktor yang harus diperhitungkan oleh UMKM sebagai produsen menurut Harry (1968) adalah kelayakan penggunaan dana; jenis barang yang akan dipasarkan; peluang pasar; pesaing; barang substitusi dan komplementer, selera konsumen atas barang tersebut, trend atau mode serta faktor-faktor eksternal lainnya.

Beberapa kegiatan promosi yang paling banyak dilakukan baik oleh UMKM maupun para stakeholder adalah berupa pameran, trading board, misi dagang dan temu bisnis, baik di dalam maupun di luar negeri. Pada kegiatan ini, UMKM memperkenalkan berbagai jenis

produknya dengan tujuan utama untuk memperoleh pembeli (buyers). Menurut Ramlan (2001) dalam pameran/festival, terbuka peluang bagi UMKM untuk menjual produknya secara langsung, tetapi penjualan langsung ini umumnya kurang menguntungkan karena laba yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Beberapa hasil pengamatan empiris seperti yang dilakukan oleh Wachidin (2002) dan Sujito (2001) menunjukkan bahwa pada kesempatan pameran, UMKM lebih cenderung menjual produknya secara retail. Kebiasaan ini menandakan bahwa UMKM masih terobsesi pada kesempatan pameran lokal yang menjadi ajang penjualan langsung, dan belum berorientasi kepada sistem bisnis modern, yang mengutamakan relasi dan kesinambungan pasar.

3.2. Upaya Pemerintah

Dari adanya keempat permasalahan pokok yang telah disebutkan di atas, UMKM dan koperasi di sektor industri sulit untuk meningkatkan produksi, kualitas dan produktifitasnya Untuk mengatasi permasalahan tersebut Kementerian Negara Koperasi dan UKM telah mengeluarkan berbagai kebijakan terobosan antara lain:

1) Mempermudah Perolehan Ijin Usaha

- a. Penyederhanaan perijinan dan pengembangan system perijinan satu pintu, serta bagi usaha mikro perijinan cukup dalam bentuk registrasi usaha;
- b. Penataan peraturan daerah (Perda) untuk mendukung pemberdayaan UMKM;
- c. Penataan dan penyempurnaan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM, antara lain:
 - c.1 RUU Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
 - c.2 RUU Perkoperasian
 - c.3 RUU Lembaga Keuangan Mikro
 - c.4 RUU Penjaminan Kredit
 - c.5 Peraturan Presiden (Perpres) Tentang Lembaga Keuangan Mikro

2). Peningkatan Akses Pada Sumber-sumber Permodalan

- Kebijakan ini diimplementasikan melalui program-program :
- a. Pengembangan berbagai skim perkreditan untuk UMKM yang antara lain:
 - a.1 Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM)

- a.2 Program pembiayaan wanita usaha mandiri dalam rangka pemberdayaan perempuan, keluarga sehat dan sejahtera (PERKASA)
 - a.3 Program skim pendanaan komoditas UMKM dan koperasi melalui resi gudang
 - a.4 Kredit bagi usaha mikro dan kecil yang bersumber dari dana Surat Utang Pemerintah Nomor 005 (SUP-005) dengan pola konvensional dan pola syariah
 - b. Pengembangan Lembaga Kredit Mikro (LKM) baik bank maupun non bank
 - c. Pemberdayaan mikro dan usaha kecil melalui program sertifikasi tanah
 - d. Bantuan perkuatan secara selektif pada sektor usaha tertentu sebagai stimulan
 - e. Program penjaminan kredit layak usaha untuk UMKM
 - f. Program bantuan modal awal dan padanan (MAP)
- 3). **Pengembangan Jaringan Pemasaran**
Kebijakan ini diimplementasikan dalam program-program sebagai berikut:
- a. Promosi proyek-proyek pemasaran UMKM
 - b. Modernisasi usaha ritel koperasi seperti Makasar Trade Centre (MTC) dan SPC.
 - c. Pengembangan sarana pemasaran UMKM antara lain dalam bentuk peremajaan pasar tradisional di banyak propinsi
 - d. Pengembangan Trading Board dan Data Center antara lain dengan membangun gedung Smesco di Jakarta
 - e. Pameran di dalam dan di luar negeri
- 4). **Pemberdayaan Sumberdaya UMKM Dilakukan Melalui Pelaksanaan Program:**
- a. Penumbuhan wirausaha baru melalui berbagai model seperti model pendampingan dan inkubator
 - b. Peningkatan kemampuan teknis dan manajerial
 - c. Pengembangan kualitas layanan koperasi
 - d. Pendidikan dan pelatihan perkoperasian bagi kelompok usaha produktif
 - e. Bimbingan penyuluhan dan penataran bagi Koperasi dan UMKM
 - f. Pengembangan prasarana dan sarana pendidikan dan pelatihan

IV. Penutup

Berbagai pendapat menyatakan bahwa iklim usaha yang tidak kondusif, merupakan kendala yang menghambat upaya pemberdayaan UMKM. Belum kondusifnya iklim usaha UMKM antara lain diindikasikan dari: a) Kesulitan UMKM dalam mendapatkan perijinan, sedangkan perijinan sangat diperlukan untuk membangun akses terhadap permodalan, pasar dan pembentukan jaringan usaha; b) Belum adanya kelembagaan yang secara konsisten dan konsekuen memberikan bantuan dorongan maupun stimulan dalam mendukung perkembangan UMKM serta; c) Komitmen politis dari pemerintah, baik dalam bentuk peraturan perundang-undangan maupun dalam bentuk program-program pembangunan, belum sepenuhnya dapat diimplementasikan dengan baik di lapangan.

Karakter dan potensi UMKM dalam hal ketahanannya menghadapi gejolak perekonomian dunia, kemampuannya dalam penyerapan tenaga kerja dan mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Walaupun sudah dijadikan salah satu opsi untuk mengatasi masalah tersebut, tetapi belum sepenuhnya dapat diimplementasikan. Oleh sebab itu diperlukan adanya komitmen politik yang kuat dari semua kalangan, dengan menghilangkan terlebih dahulu kepentingan politis, kelompok maupun kedaerahan.

Secara umum dapat dikatakan bahwa gambaran kondisi iklim usaha UMKM pada saat ini, dilihat dari peluang pemberdayaan UMKM dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat dan dari sektor ke sektor yang belum mengindikasikan besarnya harapan pada kelompok usaha tersebut, untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan. Untuk memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi iklim usaha, disarankan strategi pemberdayaan UMKM sebagai berikut :

Dalam rangka mengembangkan kualitas internal UMKM, dapat dilakukan berbagai usaha melalui :

- 1) Peningkatan Kualitas SDM
Upaya ini dapat dilakukan sendiri oleh UMKM antara lain adalah dengan belajar sendiri-sendiri (otodidak) atau ikut magang pada usaha sejenis yang telah ada sebelumnya
- 2) Mendapatkan Ijin Usaha UMKM
Satu-satunya solusi yang dapat disarankan adalah dengan membangun kelompok atau koperasi, karena UMKM tidak dapat melakukan upaya apapun selain biaya (yang relatif tinggi) untuk mengatasi masalah perijinan ini.
- 3) Peningkatan Permodalan
Sama seperti perolehan ijin usaha, satu-satunya solusi yang dapat disarankan agar UMKM secara mandiri dapat mengatasi masalah ini adalah dengan membangun kelompok atau membangun koperasi.

- 4) Pengembangan Pasar UMKM
Untuk mengembangkan pasar kegiatan yang dapat dilakukan oleh UMKM secara mandiri (tanpa bantuan stakeholder) adalah kegiatan promosi dan pembentukan jaringan usaha. Kegiatan ini ternyata cukup efektif dalam mendukung perkembangan pemasaran produk UMKM.

Disamping UMKM, pemerintah juga dapat melakukan berbagai upaya untuk memperbaiki iklim usaha UMKM antara lain melalui :

- 1) Upaya untuk mempermudah UMKM mendapatkan izin usaha antara lain dengan: a) Penyederhanaan proses perijinan dan pengembangan sistem perijinan satu pintu, serta bagi usaha mikro perijinan cukup dalam bentuk registrasi usaha; b) Penataan peraturan daerah (Perda) untuk mendukung pemberdayaan UMKM; dan c) Penataan dan penyempurnaan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM.
- 2). Peningkatan akses UMKM pada sumber-sumber permodalan antara lain melalui program-program: a) Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM); b) Program pembiayaan wanita usaha mandiri dalam rangka pemberdayaan perempuan, keluarga sehat dan sejahtera (PERKASSA); c) Program skim pendanaan komoditas UMKM dan koperasi melalui resi gudang; d) Kredit bagi usaha mikro dan kecil yang bersumber dari dana Surat Utang Pemerintah Nomor 005 (SUP-005) dengan pola konvensional dan pola syariah; e) Pengembangan lembaga kredit mikro (LKM) baik bank maupun non bank; f) Pemberdayaan mikro dan usaha kecil melalui program sertifikasi tanah; g) Bantuan perkuatan secara selektif pada sektor usaha tertentu sebagai stimulan ; h) Program penjaminan kredit layak usaha untuk UMKM; dan i) Program bantuan modal awal dan padanan (MAP).
- 3). Dalam mempermudah akses terhadap pemasaran, pemerintah telah mengembangkan beberapa program penting antara lain: a) Promosi proyek-proyek pemasaran UMKM; b) Modernisasi usaha ritel koperasi seperti Makassar Trade Centre (MTC) dan SPC; c) Pengembangan sarana pemasaran UMKM antara lain dalam bentuk peremajaan pasar tradisional di banyak propinsi; d) Pengembangan Trading Board dan Data Center antara lain dengan membangun gedung Smesco di Jakarta; e) Pameran di dalam dan di luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous, (1995). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 Tentang Usaha Kecil Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil*. Ditjen Pembinaan Koperasi Perkotaan. Jakarta.

- Anonimous, (2003). *Pengkajian Dukungan Finansial dan Non Finansial dalam Pengembangan Sentra Bisnis Usaha Kecil dan Menengah*. Kerjasama Kementerian Koperasi dan UKM dengan BPS, Jakarta.
- Anonimous, (2001). *Policy Reform for Increasing Small and Medium Enterprise Growth*. Study Report. Support by The Asia Foundation and PEG-USAID.
- Anonimous, (2003). *Dinamika Perdagangan Domestik dan Hambatan Pengembangannya*. Laporan Penelitian. Disukung oleh The Asia Foundation.
- Anonimous, (2003). *Medium Enterprise Dynamics : The Barriers Constraining on The Development of Medium-Size Enterprises*. Study Report. Supported by The Asia Foundation.
- Anonimous, (2005). *Pedoman Pengembangan Kewirausahaan, Basic Penumbuhan Wirausaha Baru*. Kementerian Koperasi dan UKM, Deputi Bidang Pengembangan Sumberdaya. Jakarta.
- Anonimous, (2006). *Kajian Model Penumbuhan Unit Usaha Baru*, Deputi Pengkajian Sumberdaya UKMK, Jakarta
- Anonimous, (2001). Badan Pusat Statistik (BPS), 2001. *Pengukuran dan Analisis Ekonomi Kinerja Penyerapan Tenaga Kerja, Nilai Tambah dan Ekspor Usaha Kecil dan Menengah* , BPS. Jakarta.
- Anonimous, (1999). *The Asia Foundation, 1999, Small and Medium Enterprise Development*. Jakarta
- Berry, Sandee and Rodriguez, (2001). *Small and Medium Enterprise Dynamics In Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies, Vol.37, No.3, 2001.
- Maulana Ibrahim, (2004). *Mendorong Peran UMKM Dalam Pertekonomian Indonesia di Masa Depan*. Makalah pada Debat Ekonomi ESEI 2004, Jakarta Convention Centre 15-16 september 2004.
- Suarja, W., (2007). *Prospek Pengembangan Kredit Usaha Rakyat dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM dan Koperasi*. Harian Media Indonesia tanggal 23 November 2007. Jakarta
- Tambunan, Mangara dan Ubaidillah, (2004). *Memposisikan Usaha Kecil Menengah dalam Persiapan Pasar Global : Membangun Kekuatan Usaha Menengah Sebagai Work House*. Paper. Dimuat di Majalah Infokop. Oktober 2003.
- World SME Convention, “*The Bucharest Declaration: Preparing SME’s for the Knowledge Based Economy*,” 16th International Conference, Bucharest May 15-18, 2005.