

STRATEGI MEMBANGUN KEUNGGULAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH DAN KOPERASI DI INDONESIA DALAM ERA PEREKONOMIAN BARU

**Oleh
I Wayan Dipta**

A. PENGANTAR

Pertama-tama marilah kita memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat inayah-Nya kita diberikan kekuatan dan panjang umur sehingga bisa berkumpul dalam ruangan hotel yang megah ini dalam keadaan sehat wal'afiat. Pada hari yang berbahagia ini saya sungguh merasa bangga karena begitu besar perhatian berbagai pihak dalam pengembangan usaha kecil, menengah dan koperasi.

Selanjutnya, kepada Panitia Seminar saya ingin mengucapkan terima kasih atas undangannya untuk hadir dan sekaligus memberikan kesempatan kepada saya menjadi pembicara pada **Seminar Nasional Sehari** dengan tema: *“Revitalisasi Strategi Pembinaan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi oleh Pemerintah/BUMN dalam Perekonomian Baru”*. Menurut hemat saya, tema ini sangat relevan untuk dibahas dalam Seminar Nasional Sehari hari ini. Pada kesempatan yang berbahagia ini topik makalah yang akan saya bawa sesuai dengan permintaan Panitia adalah **“Strategi Membangun Keunggulan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Menengah Dan Koperasi Di Indonesia Dalam Era Perekonomian Baru”**.

Topik ini saya pikir sangat bagus sekali kita bahas, karena kita sedang dan akan memasuki beberapa kecenderungan ke depan. Kecenderungan tersebut adalah: globalisasi, demokratisasi, dan desentralisasi/otonomisasi. Di samping itu, kita juga dihadapkan pada kondisi dan posisi Indonesia yang sedang berusaha keluar dari krisis moneter yang berdampak pada krisis multi-dimensi yang berkepanjangan. Pada sisi lain, kita menyadari akan posisi dan kondisi usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi kita yang membutuhkan berbagai upaya dalam pengembangannya.

B. PENDAHULUAN

Sebelum kita membahas “**Strategi Membangun Keunggulan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Menengah Dan Koperasi Di Indonesia Dalam Era Perekonomian Baru**” ada baiknya kita tengok sejenak posisi dan kondisi usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi (UMKMK) kita.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2002), jumlah usaha kecil dan menengah termasuk usaha mikro – selanjutnya baca UKM -- mencapai angka 41 juta unit atau 99,99% dari total usaha yang ada dan mampu menyerap 99,4% dari total angkatan kerja yang ada. Disamping itu, UKM juga telah memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 63.56% terhadap produk domestik bruto (PDB) diluar minyak dan gas. Namun demikian, peranan UKM dalam ekspor masih relatif rendah, yaitu dibawah 20%.

Selanjutnya, kalau data UKM tersebut dipilah lebih rinci lagi, bahwa dari 41 juta unit tersebut, 39,95 juta atau 99,85% adalah usaha kecil dan 55 ribu atau 0,14% usaha menengah. Dari 39,95 juta usaha kecil tersebut, 97,4% merupakan usaha mikro yang omzetnya dibawah Rp. 50 juta per tahun. Bahkan, jika ditinjau dari tingkat pendidikannya, bahwa sebagian terbesar (lebih dari 97%) usaha kecil berpendidikan SLP ke bawah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan para pengusaha kecil sangat rendah sekali.

Rendahnya tingkat pendidikan para pengusaha kita, khususnya UKM membawa dampak pada berbagai masalah yang dihadapi oleh UKM. Masalah-masalah tersebut adalah: (a) kekurangmampuan akses dan perluasan pangsa pasar; (b) kekurangmampuan akses pada sumber-sumber pendanaan, khususnya bank; (c) keterbatasan akses pada informasi; (d) kurang mampu memanfaatkan teknologi dan melakukan alih teknologi; dan (e) kelemahan dalam pengelolaan organisasi dan manajemen.

Secara umum, jika dicermati, UKM itu cenderung mengembangkan bisnisnya “**one man show**”. Karena pengelolaan bisnisnya dilakukan sendiri, sehingga tingkat produktivitas usahanya sangat rendah. Bahkan tidak jarang UKM kurang memperhatikan kualitas dan disain produknya sehingga kalah bersaing dengan produk lain dari dalam maupun luar negeri.

Permasalahan tersebut diatas, tentunya akan mempengaruhi daya saing UKM di masa depan. Terlebih lagi dalam perekonomian baru atau era globalisasi yang kita hadapi ke depan, yang tidak mengenal lagi batas-batas antar negara dan dengan didukung oleh perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang pesat akan menyebabkan aliran barang ibarat air mengalir dari hulu ke lembah, begitulah akan terjadi aliran barang dan jasa dari negara lain ke negara kita. Oleh karena itulah, UKMK harus ditingkatkan kemampuannya agar mampu menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.

C. TANTANGAN DAN PELUANG MEMBANGUN UKMK

Disamping menghadapi era globalisasi, tantangan yang sedang dan akan kita hadapi adalah demokratisasi dan desentralisasi atau otonomisasi. Demokratisasi dicirikan oleh kebebasan berfikir, berkata, dan bertindak. Pada era demokratisasi ini juga dituntut para pelaku bisnis untuk selalu inovatif, kreatif dan mampu beradaptasi karena tidak ada lagi keberpihakan khusus kepada yang lemah.

Demikian juga dalam era otonomisasi. Dalam era otonomisasi ini peran pemerintah pusat tidak seperti pada era sebelumnya yang sentralistis. Masing-masing daerah bebas mengembangkan kreasi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Pada era otonomisasi ini pula masing-masing UKMK akan memperoleh perlakuan yang berbeda sesuai dengan kapasitas daerah dimana UKMK itu berada.

Pada daerah yang mampu dari segi pendanaan kalau ditunjang oleh konsep yang jelas dalam pemberdayaan UKMK akan mampu menghasilkan UKMK yang tangguh sesuai dengan potensi daerah bersangkutan. Sebaliknya, pada daerah yang miskin akan terjadi keterbatasan dalam upaya pemberdayaan UKMK di daerah bersangkutan. Kalau hal ini terus kita biarkan, tanpa adanya motivasi yang tinggi dari masing-masing pelaku usaha untuk maju, maka mereka akan selalu kalah bersaing dengan pelaku usaha yang lain, di dalam dan luar negeri.

Disamping menghadapi tantangan tersebut, Indonesia sendiri juga dipandang sebagai negara yang memiliki daya saing sangat rendah. Pada tahun 2002 posisi daya saing Indonesia menduduki urutan ke 47 dari 49 negara yang disurvei. Posisi ini sangat jauh sekali dibandingkan negara

tetangga kita, Malaysia yang menduduki urutan ke 26, dan Filipina yang menempati urutan ke 40.

Bukan saja dalam daya saing pemerintahan kita kalah, dari tingkat efisiensi pemerintah, posisi Indonesia juga menduduki urutan ke 45. Bandingkan dengan Malaysia diposisi ke 19, Thailand ke 27, dan Filipina ke 37.

Demikian juga halnya, kalau kita bandingkan tingkat efisiensi usaha di Indonesia, yakni menduduki tempat ke 49 (terbawah) dari 49 negara yang disurvei. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing usaha Indonesia paling rendah didunia.

Dibalik tantangan yang berat tersebut sebenarnya ada potensi peluang yang sangat besar. Namun demikian, hal ini sangat tergantung pada bagaimana kita mampu menggali dari potensi yang ada tersebut.

Beberapa peluang yang ada diantara tantangan tersebut adalah adanya blok atau kawasan/wilayah perdagangan dan investasi yang bebas. Di kawasan ASEAN ada AFTA yang akan dimulai tahun 2003 ini. Di kawasan Asia dan Pasifik ada APEC, yang bagi anggota ekonomi sedang berkembang seperti Indonesia akan kita masuki pada tahun 2020. Kawasan perdagangan dan investasi regional ini dapat kita manfaatkan untuk mengembangkan potensi bisnis yang kita miliki. Tentu hal ini sangat tergantung pada kelihaihan kita memanfaatkan potensi yang ada tersebut.

Di samping peluang pasar domestik dan regional tersebut, belakangan beberapa negara baik di Asia dan kawasan Asia dan Pasifik menyadari pentingnya pembentukan kawasan-kawasan baru. Untuk kawasan ASEAN, misalnya, ada ASEAN plus three, yaitu ASEAN, China, Korea Selatan dan Jepang. Pada kawasan ini telah disepakati untuk melakukan liberalisasi pada tahun 2005.

D. STRATEGI MEMBANGUN UKMK

Gelombang tren yang kita hadapi ke depan sering juga disebut “New Economy” atau “Cyber Economy”. Memasuki “**New Economy**” atau “**Cyber Economy**”, kita harus mampu menentukan strategi yang jitu dalam memenangkan persaingan. Kecenderungan yang terjadi dalam “New

Economy” adalah : (1) karakteristik pasar yang dinamis, kompetisi global, dan bentuk organisasi yang cenderung membentuk jejaring (network); (2) tingkat industri yang pengorganisasian produksinya fleksibel dengan pertumbuhan yang didorong oleh inovasi/pengetahuan; didukung teknologi digital; sumber kompetisi pada inovasi, kualitas, waktu, dan biaya; mengutamakan **research and development**; serta mengembangkan aliansi dan kolaborasi dengan bisnis lainnya.

Disamping itu, posisi tenaga kerja juga cenderung dengan kebijakan upah dan pendapatan yang tinggi, keterampilan yang luas dengan berbagai disiplin, pembelajaran tanpa kenal waktu, dan dengan pengelolaan buruh yang kolaboratif.

Oleh karena itulah, untuk dapat memenangkan persaingan dalam menembus pangsa pasar global, karakteristik pasar, industri, dan karyawan atau buruh tersebut patut diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis, tidak terkecuali bagi UKMK.

Pada Pertemuan Tingkat Menteri (PTM) yang membidangi UKM di APEC tanggal 24-25 Agustus 2002 di Acapulco, Mexico ada kajian yang sangat menarik disampaikan oleh Dr. Chris Hall dari Pacific Economic Cooperation Council (PECC). Dalam presentasinya disampaikan bahwa untuk mengurangi kesenjangan ekonomi maju dan yang sedang berkembang, maka dibutuhkan antara 50 sampai dengan 70 juta orang pengusaha baru di kawasan APEC. Diantaranya 20 juta orang harus ditumbuhkan di Indonesia. Oleh karena itu peranan pelatihan kewirausahaan sangat penting artinya guna dapat menghasilkan pengusaha-pengusaha baru yang memiliki daya saing tinggi ke depan.

Di samping itu, guna menghadapi persaingan yang semakin ketat ke depan, maka kita harus mampu menumbuhkan usaha baru yang “*knowledge based*”. Dalam kaitan ini pengusaha baru yang kita tumbuhkan haruslah mampu memanfaatkan teknologi yang berkembang. Terlebih lagi perkembangan *information and technology* (IT) sangatlah pesat.

Untuk menghasilkan UKMK yang unggul ke depan, maka peranan perguruan tinggi sangatlah penting. Di negara-negara maju seperti Kanada, Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Taiwan dan bahkan Singapura serta Malaysia sebagai tetangga kita yang dekat upaya ini telah dirintis dengan baik. Di Amerika Serikat, Stanford University sangat terkenal dengan

perannya untuk pengembangan inkubator bisnis yang terkenal dengan Silicon Valley. Di Singapura ada dua universitas yang sangat inten mengembangkan UKM, yaitu National University of Singapore dan Nanyang University. Sedangkan di Malaysia ada Multimedia University yang baru berdiri tahun 1993, sejak tahun 2002 lalu telah gencar mempromosikan program pendampingan pada UKM, khususnya dalam pengembangan bisnis yang berwawasan IT.

E. FOKUS DAN PRIORITAS PENGEMBANGAN UKMK

Secara jujur harus kita akui bahwa strategi pengembangan pada masa lalu sudah pernah dirumuskan dan permasalahan ini sudah dilalui cukup lama pada masa orde baru dulu, dengan hasil yang kurang memuaskan. Kalau kita lihat apa yang telah dilakukan pada masa lalu saya melihat secara sederhana :

- (1) Ada kecenderungan membatasi pada pendanaan, kredit dan semacamnya. Dan kurang pada pembinaan kemampuan/kompetensi yang akan mengarahkan berbagai sumber daya kepada keberhasilan. Apalagi efektivitas penyaluran kredit kurang dikendalikan. Lapangan dimana UKMK berkiperah masih “informal” dan belum banyak dapat diterapkan pendekatan formal legal tanpa memberikan komplikasi pada penyaluran kredit tersebut. Pendanaan jelas penting tetapi dalam kondisi motivasi bersifat nrabas dan kemampuan sumber daya terbatas, orientasi dana ini menjadi sumber permasalahan karena tujuan yang hendak dicapai menjadi berantakan.
- (2) Terutama dalam hal koperasi kita lihat masalah kelembagaan menjadi dipentingkan. Pada masa itu lembaga ini menjadi landasan dari pemberian fasilitas sehingga serta merta bermunculan berbagai lembaga dan ormas yang mengatas namakan UKM untuk mendapatkan fasilitas tersebut.
- (3) Struktur kelembagaan yang dibebani tanggung jawab membina ini sebagian besar ditimpakan kepada pemerintah. Dan dalam konstelasi masa lalu pengendalian dari pengembangan UKMK ini terpecah dalam berbagai badan yang koordinasinya kurang jelas.

Jika disimak secara mendalam hal tersebut di atas, maka strategi pengembangan UKMK harus dilakukan dengan pola FOKUS dan PRIORITAS, agar sumber daya yang terbatas dapat menghasilkan secara

optimal. Dalam kaitan ini mungkin ada baiknya dipisahkan antara usaha mikro dengan usaha kecil dan menengah. Untuk usaha mikro pendekatan pembinaannya adalah *welfare approach* yang bobotnya lebih pada pendekatan sosial. Sedangkan usaha kecil dan menengah diberdayakan dengan *business approach*. Untuk itu, ada beberapa sasaran focus yang dapat dilakukan:

- (1) **Fokus dalam sector.** – Kalau kita lihat sektor-sektor dominan dalam UKMK maka kita perlu bedakan antara sektor pertanian dan non-pertanian. Sektor pertanian membutuhkan penanganan tertentu yang berbeda dengan sektor non-pertanian.
- (2) Perlu dipilih kelompok UKMK yang kiranya dapat menjadi penghela bagi yang lain. Fokuskan pada UKMK kecil/menengah yang mempunyai potensi ekspor.
- (3) Dari fokus ini maka pembinaan diarahkan kepada pembinaan kompetensi – melalui mekanisme ekspor. Hal ini penting karena dengan segera kita dapat menumbuhkan berbagai kompetensi sekaligus dan terarah kepada persyaratan usaha yang mantap dalam era pasar bebas.

Dalam kerangka pemikiran tersebut, ada beberapa model ekonomi rakyat, baik yang sudah ada maupun belum yang dapat dikembangkan, antara lain: (a) **industri di desa**, yaitu industri yang mengambil lokasi di desa untuk mengatasi masalah urbanisasi, antara lain industri sepatu, garment, dan cangkul (b) **industri pedesaan**, yaitu industri yang mengolah produk-produk pedesaan antara lain singkong untuk gaplek; kayu sengon untuk vineer, papan laminasi, dan kusen pintu; industri kopi; the dan lainnya, (c) **integrated atau mixed farming**, yaitu pertanian terpadu yang antara lain meliputi ternak ayam, kambing/domba dan sapi, kolam ikan dikombinasikan dengan tanaman padi, jagung, dan sayur mayur lainnya untuk menghasilkan **organic farming**, (d) **pola PIR**, seperti model kelapa sawit, tebu, dan lainnya, (e) **cluster industry**, seperti untuk perak di Kota Gede, Yogyakarta, Celuk di Gianyar, Bali, sepatu di Cibaduyut dan Sidoharjo, dan lainnya, (f) **inkubator bisnis dan teknologi** yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan pengusaha-pengusaha yang tangguh.

Namun yang menjadi masalah selama ini adalah dukungan pendanaan, informasi pasar, dan teknologi. Sebagai contoh, ada beberapa produk Indonesia yang punya peluang pasar bagus di luar negeri, seperti gaplek, sabut kelapa, tempurung kelapa, furnitur dan beberapa produk UKMK lainnya, selama ini sering tidak mampu memenuhi permintaan pasar

karena keterbatasan modal baik untuk investasi maupun kerja. Oleh karena itu dukungan pihak perbankan nasional dan lembaga penjaminan kredit menjadi sangat strategis dalam hal ini.

Pada sisi lain, untuk meningkatkan kemampuan UKMK dari hal-hal diatas, maka perlu memfokuskan kepada KOMPETENSI SDM. Hal ini menjadi penting kalau kita lihat bahwa dalam pengembangan kewirausahaan yang menjadi dasar kompetensi SDM dalam usaha ini adalah peran serta aktif dari para pengusaha sendiri. Dengan demikian maka kita membina kemampuan untuk berkembang sendiri pada pengusaha kita. Pengusaha pada level ini biasanya sudah memiliki motivasi dan dasar pengetahuan cukup untuk menumbuhkan kemampuannya.

Sasaran ini menjadi penting karena pada masa ini dan khususnya memasuki AFTA dan APEC maka orientasi keterbukaan dan mekanisme pasar bersama-sama akan menempatkan kemampuan menghasilkan unggulan -- menjadi kompetitif, menjadi dasar keberhasilan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka semua upaya pengembangan perlu difokuskan kepada kompetensi – bagaimana kita menumbuhkan kemampuan dan sikap yang perlu ditumbuhkan untuk keberhasilan. Mengingat data statistik di atas, maka perlu untuk memfokuskan upaya kepada kelompok kecil/menengah yang sudah dalam lingkungan ini agar dapat memperkuat kemampuan mereka. Mengeluarkan kelompok usaha rakyat dilingkungan pertanian dan mengkhususkan dalam usaha non-pertanian sebagai sasaran pembinaan yang dengan sadar dipilih.

Tidak berarti usaha kecil kebawah tidak penting – usaha kecil dan mikro seperti juga usaha pertanian perlu ditangani secara khusus. Dalam pemberdayaan UKMK memerlukan mesin pengembangan yang harus ada dalam dunia usaha itu sendiri. Kita memerlukan suatu fokus – yang kemudian dapat menjadi penghela dari sektor yang lain – yang sebagian besar masuk lingkungan mikro yang usahanya seringkali seadanya – tidak dapat berinisiatif untuk menetapkan strategi apa yang hendak dikembangkan untuk mencapai hasil yang dicitakan.

Penentu keberhasilan kini dan dimasa depan adalah pengetahuan – apapun produksi kita, muatan pengetahuan dan informasi akan makin besar dan menentukan. Lingkungan usaha pada waktu ini dan masa depan akan cenderung kearah mekanisme pasar.

Cara berfikir yang terbatas pada suatu negara dan kekuasaan pabean tertentu sudah tidak dapat lagi dilakukan. Analoginya juga tidak dapat kita membatasi suatu pertimbangan usaha pada suatu daerah tertentu saja. Orang desa sudah akan bisa memesan melalui internet produk apapun didunia dan persaingan tidak dapat di lihat lagi dari suatu daerah tertentu, dan melarang perdagangan besar masuk kesuatu daerah, karena persaingan sudah sangat terbuka dan teknologi sudah menembus berbagai batas daerah tertentu. Implikasi dari hal ini adalah persaingan menjadi dekat sekali dan penentu keberhasilan adalah apakah kita dapat memberikan yang unggul.

Kondisi ini harus menjadi fokus dari pengembangan UKMK karena antara UKMK sendiri yang menentukan adalah keunggulan ini, lihat saja usaha oleh-oleh yang ada disetiap kota, usaha restoran dan makanan kecil sampai kerajinan dan pembuatan komponen.

Dari segi konsumen, konsumen sekarang dibanjiri informasi mengenai produk dan jasa dengan kualitas yang bersaing sedunia (world class) dan kalau kita ingin ikut bicara maka haruslah produk dan jasa yang kita hasilkan adalah produk unggulan.

Dengan pengembangan kompetensi dimaksudkan berbagai kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang pengelola UKMK agar dapat mengembangkan usaha dalam lingkungan yang terbuka. Secara umum ada dua kelompok kompetensi yang dapat di kemukakan. **Pertama**, adalah kompetensi yang mudah tampak, seperti ketrampilan usaha dan kemampuan mengelola keuangan, pemasaran serta produksi barang dan jasa. **Kedua**, dapat dikelompokkan berbagai kemampuan yang lebih mengarah kepada kewirausahaan dan berbagai sikap yang diperlukan untuk seorang pengusaha.

Pendekatan pengembangan yang perlu diambil tentu lebih bersifat komprehensif dimana berbagai pengembangan melalui pelatihan dipadukan dengan pengembangan yang bersifat pengalaman (*experiential approach*) dan lingkungan serta infra struktur yang mendukung.

Kalau hendak di *benchmark* kompetensi apa yang hendak difokuskan -- Fokus yang lebih dalam lagi: KOMPETENSI – entrepreneurship untuk ekspor – *benchmark*: kemampuan ekspor. Kemampuan ini memacu

kesiapan kita untuk menghadapi berbagai perkembangan masa datang. Pasar akan lebih terbuka dan pengusaha kita sudah harus membiasakan diri dengan hubungan, kualitas maupun persyaratan yang lebih tajam dari berbagai usaha berorientasi ekspor.

Bagian yang penting dari Kompetensi Perdagangan Luar Negeri ini adalah kemampuan pengusaha untuk mengembangkan jaringan usaha (*networking*) baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

F. BERBAGAI INFRASTRUKTUR PENGEMBANGAN

Sudah tentu iklim dan lingkungan usaha yang dihadapi pengusaha perlu dijinakkan. Iklim usaha yang tercermin dalam berbagai peraturan dan kebijakan pemerintah harus terus direview agar mendukung dengan kuat dan memiliki keberpihakan tinggi untuk pengembangan UKMK. Berbagai peraturan kepada pengembangan usaha ini perlu disadari semua pembuat keputusan dilingkungan pemerintah maupun pengusaha.

Di bawah ini merupakan contoh dari berbagai upaya tersebut, yaitu:

1. Pengembangan Sentra Pendukung UKM: dimana dikembangkan berbagai pusat informasi yang dibutuhkan UKM.
2. Badan Konsultansi UKM yang menyediakan jasa dengan perencanaan bisnis, keuangan, marketing, accounting, keahlian dalam teknologi dan inovasi yang bermanfaat bagi UKM.
3. Dukungan pendanaan: ini sudah banyak dilakukan dimasa lalu, Lembaga Guarantee Funds, Lembaga Modal Penyertaan, dsbnya
4. Business Premises and Infrastructure: sudah pernah dicoba dan perlu dikembangkan lebih jauh, seperti incubator teknologi, Inkubator Usaha, Technological Parks dsbnya.
5. Penting didukung upaya mengembangkan kerjasama yang terus menerus di dorong dalam kerjasama usaha, baik didalam negeri maupun di luar negeri.
6. Memanfaatkan berbagai badan internasional (CIDA, JETRO, dsbnya) dan regional (APEC, AFTA dsbnya) sebagai sumber informasi, pertemuan ilmiah, dan menyebarkan komitmen bagi pemerintah maupun dunia usaha.

Kesatuan sistem pengembangan baik dari pemerintah maupun dalam koordinasi dengan pihak non- pemerintah, seperti Kadin dan Dekopin, perlu ditata dengan baik sehingga koordinasi dan fokus pembinaan menjadi jelas.

Networking dengan luar negeri – baik dengan kerjasama usaha maupun dengan badan pembinaan yang regional – misalnya APEC center for SME Development atau dalam kerangka G-15 Indonesia menjadi koordinator untuk pengembangan Center for Development of SMEs (CD-SMEs). Pengembangan jaringan usaha atau *business networks* menjadi kunci penting dalam rangka (1) economies of scope, (2) economies of scale, (3) generate management economies, dan (4) peningkatan bargaining power dan membantu peningkatan akses pasar. Melalui pengembangan jaringan bisnis ini diharapkan akan terjadi peningkatan daya saing UKMK.

G. PENUTUP

Untuk mengakhiri sambutan saya ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Beberapa hal yang menjadi poin penting guna mampu memenangkan persaingan global memasuki perekonomian baru, yaitu (1) setiap pelaku bisnis khususnya UKM harus selalu kreatif, inovatif, dan mampu memahami perubahan yang terjadi terutama perilaku pasar dan tenaga kerja atau buruh; (2) mampu menggali dan mengembangkan sumberdaya lokal yang memiliki keunggulan yang komparatif menjadi keunggulan kompetitif, (3) adanya komitmen bersama untuk mengembangkan pengusaha baru yang memiliki semangat dan jiwa kewirausahaan yang tinggi dan (4) peran perguruan tinggi sangatlah central dalam memajukan UKM guna mampu bersaing dalam pasar bebas

Di samping hal tersebut di atas, beberapa upaya lain yang juga penting untuk dilakukan dalam pengembangan UKMK adalah:

- 1) Perlunya fokus dan prioritas di dalam pemberdayaan UKMK karena adanya keterbatasan sumberdaya.
- 2) Masalah kompetensi juga perlu menjadi perhatian, terutama peningkatan kualitas SDM dan akses perdagangan luar negeri (ekspor).
- 3) Masalah iklim berusaha yang kondusif dan infrastruktur untuk pengembangan UKMK masih perlu ditata kembali, terlebih lagi menghadapi era otonomisasi yang mengindikasikan justru akan menghambat tumbuhnya UKMK.
- 4) Guna meningkatkan daya saing UKMK, pengembangan *business networks* akan sangat penting terutama melalui *e-business networks*.

Demikianlah yang dapat disampaikan pada Seminar Nasional Sehari ini, semoga bermanfaat.

