

Dr. Hernita Sahban, S.E., M.M.

MENEMBUS BADAI

UMKM



Dr. Hermita Sahlan, S.E., M.M.

MENEMBUS BADAI

UMKM

Pelaku usaha kecil yang bertebaran di Indonesia, merupakan penopang ekonomi di saat badai krisis moneter melanda negeri ini, pelaku usaha kecil telah membuktikan eksistensinya sebagai pilar peyangga ekonomi, pada saat perusahaan skala besar betumbangan dan mencetak puluhan ribu karyawan yang di PHK, kalangan pelaku usaha kecil mampu menunjukkan kemandirian yang luar biasa. Sampai saat ini pelaku usaha kecil belum mendapat perhatian secara makro, sudah saatnya pemerintah memberikan perhatian dalam suatu bentuk kebijakan yang menjadikan masyarakat pelaku usaha kecil bukan hanya sebagai objek Pembangunan tetapi menjadikan sebagai subjek pembangunan, adanya peran pengusaha besar dalam membantu para pebisnis kecil akan dapat memperkokoh perekonomian secara mandiri dan professional.

212.2310.1106-22



CV. SAH MEDIA

Jl. Antang Raya No. 83 Makassar

Telp. (0411) 493567, +6281343617376

Website: www.sahmediapress.com

Email: sah_media@yahoo.com

ISBN 978-602-6928-01-6



9 786026 928016

MENEMBUS BADAI UMKM

Penulis : Dr. Hernita Sahban, S.E., M.M.
Editor : Iwan Perwira
Layout : Kardiana Mahmud
Desain Cover : Muh. Adnan
Penerbit : CV SAH MEDIA
Jl. Antang Raya No. 83 Makassar
Telp. (0411) 491567
Email: sah_media@yahoo.com

ISBN 978-602-6928-01-6

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Hernita Sahban

MENEMBUS BADAI UMKM

Makassar: CV SAH MEDIA

Cet. I: Desember 2015, 15,5 x 23 cm, viii + 230 Halaman

1. Menembus Badai UMKM
I. Hernita Sahban

BAB I

1. Perekonomian Indonesia Tahun 2010

2010 menjadi tahun yang penting bagi Indonesia. Terpilihnya presiden baru, menandakan era baru dalam pemerintahan Indonesia. Keberhasilan Indonesia lepas dari jeratan krisis financial global, hingga mampu menjadi satu dari dua negara Asia yang mencatatkan pertumbuhan ekonomi positif di tahun 2009, membangkitkan optimisme di awal tahun 2010. Optimisme perekonomian ini yang sepatutnya dipertahankan oleh pemerintahan SBY dan menjadi landasan pembangunan di tahun 2010.

Secara umum, perekonomian Indonesia pada tahun 2010 menunjukkan prestasi yang cukup baik. Sebagai negara yang mampu mencapai pertumbuhan positif selama masa krisis finansial global, Indonesia semakin mendapat kepercayaan di mata dunia Internasional. Hal ini terbukti dari meningkatnya peringkat Indonesia pada Global Competitiveness Index 2010-2011 yang dikeluarkan oleh World Economic Forum. Indonesia berhasil meraih peringkat 44, naik 10 peringkat dibandingkan pada tahun 2009. Peringkat layak investasi Indonesia menurut S&P juga mengalami peningkatan dari BB menjadi BBB. Kenaikan peringkat layak investasi ini menunjukkan semakin dipercayanya pasar modal Indonesia di mata global.

Indikator makroekonomi Indonesia selama tahun 2010 menunjukkan adanya perbaikan perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia berhasil melaju pada tingkat 6,1%, sedangkan tingkat inflasi hingga November berhasil ditahan pada level 6,33% (yoy). Hal ini didukung oleh rendahnya tingkat suku bunga BI yang dipertahankan pada level 6,5%. Rendahnya tingkat suku bunga acuan ini

menyebabkan sektor kredit mengalami peningkatan tajam sehingga sukses memompa pertumbuhan ekonomi. Hal ini terlihat dari meningkatnya pertumbuhan kredit yang hingga bulan oktober mencapai 19,3% (yoy).

Indonesia juga mengambil keuntungan dari krisis ekonomi yang dialami oleh negara-negara uni eropa. Krisis tersebut menyebabkan adanya perpindahan aliran dana ke emerging market seperti Indonesia. Menurut data World Bank, total dana global yang hijrah ke emerging market hingga bulan oktober mencapai US\$ 403 Miliar. Wajar apabila, ada sebagian dari dana global tersebut (US\$ 15,7 miliar pada tiga triwulan pertama) yang hampir membanjiri pasar modal Indonesia. Banjir bandang dana global ini sukses mendongkrang IHSG mencapai di atas 3700. Diperkirakan akan terus meningkat pada tahun depan. Melonjaknya IHSG ini dikhawatirkan akan menyebabkan kerentanan apabila terjadi capital flight dari dana-dana asing tersebut. Kekhawatiran ini coba di atasi oleh pemerintah dengan terus mengkokohkan cadangan devisa. Hingga akhir November, cadangan devisa Indonesia sukses menembus angka US\$ 92,759 Miliar atau sebesar 6,96 bulan impor dan pembayaran ULN pemerintah (BI, 2010). Dengan besarnya cadangan devisa yang dipunya oleh Indonesia, nampaknya perekonomian Indonesia masih akan stabil hingga tahun depan.

Seperti pendapat Seers (1973) bahwa permasalahan utama negara berkembang adalah kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan, Indonesia pun masih menghadapi permasalahan yang sama. Walaupun angka kemiskinan yang dikeluarkan BPS menunjukkan trend penurunan, angka kemiskinan dan pengangguran Indonesia tetaplah tinggi. Pada tahun 2010, angka kemiskinan mencapai 34 juta, sedangkan angka pengangguran menjadi 9,5 juta. Lebih

menyedihkannya lagi, sebagian besar dari penganggur adalah sarjana D3 dan S1. Jadi dapat disimpulkan, sebagian besar tenaga kerja yang terserap adalah tenaga kerja berpendidikan SMA kebawah. Sementara masalah pemerataan pendapatan juga masih jadi momok selama satu dekade terakhir. Pemerataan pendapatan mengalami stagnansi selama bertahun-tahun. Hal ini terlihat dari stagnannya angka koefisien gini Indonesia selama satu dekade pada kisaran 3,6-3,8. Masalah ini menjadi serius karena pertumbuhan ekonomi Indonesia terus menerus positif selama beberapa tahun terakhir tapi tingkat kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan masih tetap bermasalah. Alhasil dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi tersebut hanya dinikmati sedikit pihak.

Dengan berbagai pencapaian dan permasalahan yang dihadapi perekonomian Indonesia, tentunya kita masih tetap harus optimis dalam menyongsong tahun 2011. Untuk menatap 2011 dengan optimisme, setidaknya ada dua pekerjaan rumah yang harus dilakukan oleh pemerintah. Pertama adalah perbaikan infrastruktur. Kedua adalah perbaikan kualitas pertumbuhan ekonomi.

a. Perbaikan Infrastruktur

Perbaikan infrastruktur menjadi kunci pertumbuhan ekonomi Indonesia kedepan. Kondisi infrastruktur Indonesia saat ini masih sangat menyedihkan. Global Competitiveness report menempatkan kualitas infrastruktur Indonesia pada peringkat 82, jauh tertinggal oleh negara-negara di kawasan Asia Tenggara seperti Brunei Darussalam (52), Malaysia (30), Thailand (35), dan Singapura (5). Hal ini menjadi pekerjaan rumah besar untuk pemerintah Indonesia.

Salah satu solusi untuk menyelesaikan permasalahan infrastruktur Indonesia adalah dengan menggunakan skema PPP (*public private partnership*) dalam

pembiayaan infrastruktur. Mekanisme PPP atau di Indonesia disebut KPS (kerjasama pemerintah swasta) adalah mekanisme kerjasama jangka panjang antara pemerintah dan swasta dalam menjalankan proyek infrastruktur. Menurut Yong (2010) mekanisme PPP membantu pemerintah dalam mempercepat pembangunan infrastruktur. Selama ini pemerintah mengalami budget constrain ketika ingin mengembangkan infrastruktur. Melalui mekanisme PPP, pemerintah akan mendapat bantuan pendanaan dan pembagian resiko bersama pihak swasta. Di Indonesia, PPP sudah mulai banyak digunakan. Setidaknya sudah ada 70 proyek infrastruktur yang sudah beroperasi yang memakai mekanisme PPP. Dengan semakin banyaknya proyek dengan mekanisme PPP, diharapkan akselerasi pertumbuhan infrastruktur Indonesia akan semakin cepat.

b. Kualitas Pertumbuhan Ekonomi

Kualitas pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini masih rendah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia memang cukup tinggi, akan tetapi efek masyarakatnya terlalu rendah. Setiap satu persen pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya menyerap 250 ribu tenaga kerja baru. Hal ini yang menyebabkan masih tingginya tingkat pengangguran. Selain itu, pertumbuhan ekonomi Indonesia masih bergantung pada sektor non-tradable, yang notabane nya penyerapan tenaga kerjanya kecil. Pada kuartal IV 2010, pertumbuhan sektor pengangkutan dan komunikasi mencapai 13,6%. Bandingkan dengan pertumbuhan sektor pertanian yang merangkak pada angka 1,6%, padahal mayoritas masyarakat Indonesia bekerja pada sektor pertanian. Pertumbuhan sektor tradable, seperti industri dan pertambangan justru stagnan pada level dibawah 5%. Hal ini berbanding terbalik dengan pertumbuhan sektor non-tradable yang mencapai di atas 6%. Jika melihat data-data tersebut, wajar

apabila tingkat pengangguran dan kemiskinan Indonesia masih sangatlah tinggi. Sektor perekonomian Indonesia yang tumbuh hanyalah sektor yang cenderung padat modal bukan padat karya.

Menjadi suatu pekerjaan rumah bagi pemerintah untuk memperbaiki kualitas pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satunya dengan memperkuat kembali industri nasional, terutama di sektor manufaktur dan agroindustri. Reindustrialisasi ini bisa dilakukan dengan menyokong pertumbuhan industri nasional melalui perbaikan infrastruktur, perbaikan birokrasi, dan pemberian bantuan modal bagi industri yang membutuhkan.

2. Perekonomian Indonesia Tahun 2011

Badan Pusat Statistik mengumumkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh 6,5% pada empat bulan terakhir tahun 2011, meski sebelumnya sempat muncul pesimisme karena anjloknya angka ekspor Desember lalu. Dengan demikian, target pertumbuhan yang dicanangkan pemerintah antara 6,3-6,5%, terpenuhi sepanjang tahun lalu. Angka yang dilansir BPS ini memupus keraguan akan memburuknya pertumbuhan ekonomi Indonesia, karena pada Desember lalu angka ekspor justru melemah hanya mencapai 2,19% dibanding angka yang sama tahun sebelumnya dan merupakan yang terendah sejak September 2009. Pada bulan Oktober dan November 2011, ekspor juga melemah menjadi 16,7 dan 8,25 %, padahal angka ekspor rata-rata sejak Juli-September mencapai 40,5%.

Meski demikian, melemahnya ekspor ditutup oleh melonjaknya konsumsi dalam negeri sementara minat investasi juga tetap tinggi pada kuartal keempat 2011, ditandai dengan naiknya angka investasi asing (FDI) yang mencapai 25%. Kalangan

pengamat menghubungkan naiknya angka investasi asing ini dengan kembalinya standar layak investasi (investment grade) yang diumumkan oleh lembaga pemeringkat Fitch, pada pertengahan Desember lalu. Pemeringkat lain, Moody's dan Standard and Poor's, kemungkinan besar akan mengikuti langkah itu tahun ini, yang dipandang akan menjadi dorongan makin besar pada investor untuk berbisnis di Indonesia.

Akibat dari suhu ekonomi dunia yang sedang terganggu akibat krisis berkepanjangan di AS dan Eropa, diperkirakan akan turut berimbas ke Indonesia sehingga lembaga seperti Bank Indonesia menurunkan target pertumbuhan 2012 menjadi 6,3-6,5%, lebih rendah dari target pemerintah yang mencapai 6,7%. Dari sisi internal, persoalan yang dianggap bisa mengganggu laju pertumbuhan ekonomi adalah masalah perburuhan yang pada beberapa pekan terakhir dianggap meresahkan investor asing terutama yang bergerak di bidang industri manufaktur. Pengusaha menuding pemerintah daerah menggunakan kasus perburuhan sebagai alat politik untuk kepentingan mereka, sehingga merugikan perhitungan bisnis mereka untuk tahun 2012.

3. Perekonomian Indonesia 2012

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2011 juga didorong karena diakuinya perekonomian Indonesia oleh negara-negara berkembang. Beberapa negara berkembang menganggap bahwa Indonesia sudah dapat mengelola ekonominya dengan baik. Optimisme prospek perekonomian tahun 2012 juga didorong adanya peningkatan rating Indonesia yang masuk ke level investment grade. Dengan demikian, beberapa negara berkembang sudah menunjukkan rasa

percaya yang tinggi untuk menginvestasikan dananya di Indonesia. “Hal ini akan berdampak positif. Misalnya perusahaan multinasional akan melakukan investasi jangka panjang. Selain supply uang akan meningkat, job opportunity juga akan meningkat. Seiring dengan hal tersebut, kondisi perbankan nasional juga sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari sisi aset, penyaluran kredit, rasio permodalan, dan kualitas kredit perbankan di Indonesia. Kedepannya, kinerja perbankan nasional akan tetap solid karena didukung oleh beberapa hal, yakni kebutuhan pembiayaan yang terus meningkat dan kualitas fundamental sektor perbankan nasional yang berada dalam kondisi yang baik.”Tidak Ada Masa Depan Buat Orang-Orang Pesimis yang Terlalu Mengkhawatirkan Kemajuan Ekonomi Negaranya. Masa Depan Ada Pada Orang-Orang Yang Berpikir Optimis”.

Kondisi perekonomian global pada tahun 2011 menunjukkan kondisi yang penuh ketidakpastian. Hal tersebut dapat berakibat negatif pada kondisi perbankan di berbagai negara, selain juga memiliki dampak terhadap meningkatnya resiko kondisi perekonomian di masa yang akan datang. Walaupun demikian, kondisi buruk tidak terjadi di Indonesia. Kondisi perekonomian Indonesia pada tahun 2011 mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi, yaitu mencapai 6,5 persen. Hal ini juga seiring dengan kondisi perbankan di Indonesia yang cukup baik. “Berbagai kondisi kondusif tersebut tidak terlepas dari kebijakan Bank Indonesia dan koordinasi yang dilakukan dengan pemerintah. Sementara Direktur Institutional Banking Bank Mandiri, Abdul Rachman mengatakan bahwa ketidakpastian global yang terjadi saat ini lebih kompleks dibandingkan dengan krisis global yang terjadi pada tahun 2008. Hingga saat ini, kondisi perekonomian masih tidak menentu dan masih akan berlangsung dalam beberapa waktu mendatang. Krisis perekonomian yang mulanya terjadi di

Yunani ini sudah kian menyebar ke beberapa negara di Eropa, seperti Spanyol, Italia, Portugal, dan Perancis, yang terlihat dari meningkatnya biaya pinjaman dari negara-negara tersebut. Namun demikian, senada dengan Irwan, Abdul Rachman juga mengatakan bahwa di tengah ancaman krisis global, perekonomian Indonesia memiliki kondisi yang baik. Kondisi Perekonomian Indonesia pada tahun 2012 bahkan diproyeksikan solid, dan memiliki peningkatan hingga 6,7 persen. Menurutnya, hal ini besar dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi domestik. “Ekonomi domestik tumbuh karena porsi ekonomi kita yang bergantung pada ekspor relatif kecil,” ungkapnya.

Memasuki tahun 2012 sebagian orang merasa khawatir oleh krisis ekonomi yang sedang berlangsung di Eropa dan Amerika Serikat. Selama ini, dominasi dari kekuatan ekonomi Eropa dan Amerika Serikat sangat luar biasa pengaruhnya terhadap perekonomian global. Oleh karena itu, wajar saja bila banyak orang selalu melihat perilaku ekonomi Eropa dan Amerika Serikat sebagai alat ukur untuk menyelamatkan nilai dari kekayaan yang mereka miliki. Setelah melakukan pembelajaran dan mengutak-atik angka-angka untuk memprediksi perekonomian Indonesia di tahun 2012, hasilnya lebih kurang sama saja seperti yang sudah dibicarakan oleh banyak ahli dan pengamat ekonomi. Ekonomi Indonesia masih di jalan yang baik dan tetap akan memberikan pertumbuhan positif yang kemungkinan besar bertumbuh diantara 5,5% – 6,5% dengan inflasi di level 5% – 7%, dan nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat akan berada di level 8900 – 9300. Secara intuitif saya merasakan bahwa perekonomian Indonesia akan bertumbuh secara stabil dalam jangka waktu yang lebih panjang. Oleh karenanya, tahun 2012 adalah tahun yang sangat optimistis buat mengarahkan ekonomi

Indonesia kepada jalur yang diinginkan, agar dapat memberikan kesejahteraan buat masyarakat banyak. Oleh karena itu, mengarahkan dan memotivasi pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui sektor industri dan perdagangan berbasis sumber daya alam, sumber daya manusia kreatif, dan pariwisata akan membuat ekonomi Indonesia semakin tangguh di tahun 2012. Risiko dari perasaan khawatir terhadap keadaan di kawasan Eropa dan Amerika Serikat akan berdampak kepada sektor keuangan dan sektor pasar modal. Akibatnya, kemungkinan besar para investor lebih suka menyimpan uang mereka di logam mulia emas atau pun di properti.

Properti yang kemungkinan akan diincar adalah tanah, dan biasanya investasinya bersifat jangka panjang dan tidak likuid. Kekuatan pasar domestik Indonesia sangatlah luar biasa. Kebiasaan sebagian besar masyarakat Indonesia yang lebih suka berbelanja daripada menabung telah menjadi sebuah kekuatan untuk pertumbuhan ekonomi. Sebab, uang akan terus berputar dan dalam setiap putaran uang tersebut akan menciptakan nilai tambah ekonomi. Kecerdasan untuk mengelola potensi, dan memotivasi pertumbuhan pasar domestik oleh pihak yang berwenang. Khususnya, untuk memudahkan produk dan jasa buatan dalam negeri agar dapat menjadi lebih efektif, kreatif, produktif, efisien, dan berdaya saing unggul dibandingkan produk import, akan menjadikan ekonomi Indonesia lebih kuat dan tidak perlu takut terhadap keadaan di kawasan Eropa dan Amerika Serikat.

Tak bisa dipungkiri bahwa masuknya kembali Indonesia ke dalam investment grade versi fitch rating menimbulkan dampak besar. Setelah terseok-seok selama lebih dari 10 tahun menghuni ‘papan bawah’ pandangan dari investor, diharapkan akan menjadi perangsang perekonomian untuk kedepannya. Mungkin tak lama lagi, lembaga pemeringkat lainnya seperti Moody’s atau Standard & Poors akan

mengikuti jejak Fitch dalam menaikkan rating Indonesia agar lebih terpercaya. Itu baik, karena terdapat isu bahwa para Manager Investasi Internasional wajib menanamkan investasi di negara yang 'berlevel' investment grade. Aliran dana masuk akan memberikan angin segar kepada Indonesia, peningkatan Investasi diharapkan akan memberi modal luas bagi lingkungan usaha sehingga menyerap para pekerja Indonesia. Selain itu, sisi makro Indonesia di tahun 2011 juga dirasa cukup baik. Usaha yang cukup bagus di tahun 2011 adalah mereka yang bergerak di beberapa bidang yang berelemen api dan kayu. Bisnis yang berelemen api misalnya kimia, biro jasa, listrik, minyak pembakar, restoran, minyak kelapa sawit, pertambangan gas dan batu bara. Sementara itu bisnis yang berelemen kayu yang akan cerah misalnya furnitur, hasil perkebunan, fashion, kertas, percetakan. Bisnis yang berelemen air walaupun mengalami sedikit penurunan tapi masih bisa dikatakan cukup menguntungkan yakni biro wisata/perjalanan, perhotelan, ekspor-impor dan perikanan. Disisi lain, bisnis yang berelemen tanah seperti properti, pertambangan yang elemennya batu/tanah diprediksi tidak baik/ciong. Untuk bisnis yang berkaitan dengan elemen logam seperti otomotif, keuangan/perbankan akan mengalami kondisi yang sulit sehingga para pebisnis tersebut harus fight dan mengeluarkan biaya ekstra untuk berpromosi. Saham yang terdiri atas berbagai macam produk juga termasuk bisnis yang berlemen logam. Bagus tidaknya saham tergantung dari produknya. Jika ingin bermain saham, sebaiknya tetap mengacu pada 5 unsur (air,api,tanah,kayu,logam) di dalam satu tahun itu seperti apa. Jika mau main di saham batubara, perlu anda lihat dulu saham perusahaan tersebut milik siapa dan sehat atau tidak. Khusus untuk saham properti sebaiknya berhati-hati karena saham tersebut diprediksi tidak akan mengalami kenaikan yang signifikan.

Di tahun 2011, bisnis telekomunikasi akan cukup bagus meski persaingannya yang sangat ketat. Setelah ada perjanjian perdagangan bebas dengan china, kita bisa merasakan dan melihat bahwa produk dari china, khususnya telepon genggam yang beragam merk jumlahnya mengalir masuk dengan deras ke Indonesia. Dampak positifnya konsumen mempunyai banyak pilihan yang disesuaikan dengan kondisi keuangannya dan dampak negatifnya, produk serupa dalam negeri akan kalah bersaing yang secara mutu dan harga masih lebih baik. Jadi di tahun 2011, dunia perdagangan Indonesia masih kurang menggembirakan. Agar bisa bertahan dan memenangkan persaingan di pasar bebas maka mau tidak mau kita harus menggali potensi yang ada pada diri kita sendiri agar kemampuan kita tidak kalah dengan asing.

Ditandai dengan ketahanan ekonomi nasional ditengah gejolak ekonomi eropa dan politik di timur tengah. Selain itu, penurunan BI rate dan rendahnya inflasi diharapkan akan mendorong kredit usaha di tahun 2012.

Tahun 2012 adalah tahun yang sangat tepat untuk Indonesia buat menyiapkan sistem perdagangan dan investasi yang kuat. Termasuk, menyiapkan kapasitas dan keunggulan daya saing industri Indonesia dalam menghadapi liberalisasi perdagangan dan jasa di waktu yang akan datang; agar Indonesia tetap unggul saat berhadapan dengan ekonomi China, India, dan negara-negara penghasil produk murah lainnya. Awal tahun, waktu yang tepat untuk para analis menunjukkan kemampuan nya untuk meramalkan posisi perekonomian satu tahun kedepan. Dengan banyaknya faktor yang bisa mempengaruhi perekonomian secara langsung maupun tidak, analisa perekonomian menjadi tidak mudah dan kita akan mendapati berbagai versi analisa dari para ekonom. Patut dicermati terkait analisa

perekonomian di awal tahun, karena akan menyangkut ekspektasi dari para stakeholder dalam perekonomian itu sendiri. Masing-masing stakeholder dengan kepentingan berbeda akan melakukan tindakan yang efektif di awal tahun, tentunya untuk mendapatkan keuntungan dan manfaat dari perekonomian.

Analisis lain juga banyak memiliki pendapat yang kontra, mereka kurang optimis dalam menilai dan mengekspektasikan ekonomi Indonesia kedepan. Lagi-lagi berkaitan dengan Investment grade, kenaikan level Indonesia tidak akan berpengaruh besar pada perekonomian. Krisis utang eropa, menyebabkan para investor menilai bahwa ekonomi dunia yang sangat elastis terhadap permasalahan ini. Berlarut-larutnya penyelesaian akan membuat investor beralih pada investasi yang lebih aman. Untuk Indonesia, krisis tersebut sangat berhubungan dengan ekspor. Uni eropa merupakan mitra yang sangat besar untuk pasaran produk ekspor dari indonesia. Pelambatan ekspor akan terjadi lebih dalam di tahun 2012 karena terjadi berbagai pengetatan anggaran dari negara-negara Uni Eropa.

Kondisi Global

Secara fengshui, negara-negara bagian utara dan selatan di tahun 2011 akan mengalami peruntungan yang cukup bagus termasuk korut dan korsel hubungannya akan lebih baik dan tidak setegang 2010. Kondisi yang tidak baik adalah negara bagian barat dan timur seperti masalah israel, asia timur, asia barat atau tepi barat yang konfliknya masih panjang. Yang menarik adalah hubungan Indonesia-Malaysia masih tidak menguntungkan karena mendapat tekanan dimana kita selalu berusaha baik namun kurang mendapat respon yang baik pula. Untuk itulah negara ini harus lebih fokus membangun diri sendiri dan kekuatan diri sendiri karena jika kita kuat maka otomatis akan disegani negara sekitar. Nilai rupiah di tahun 2012 akan

diperkirakan mengalami penguatan, seperti yang terjadi pada tahun sebelumnya, sebenarnya dari awal tahun hingga kuartal 3, rupiah masih sangat kuat bahkan pernah menyentuh level 8500/ dollar. Namun, di akhir tahun ini, rupiah melemah. Masih percayanya para investor terhadap dollar diyakini memberikan dampak besar bagi pelemahan rupiah. Beberapa analis berpendapat, di 2012 nilai rupiah akan menguat kembali. Keberanian BI menurunkan suku bunga nya hingga 75 basis poin di tahun 2011, diharapkan akan meningkatkan kredit untuk usaha dan merangsang perekonomian. Tahun 2012, diperkirakan BI akan tetap menurunkan hingga 5,75%. Sebuah angka yang tidak pernah terjadi sepanjang sejarah Indonesia. Namun, keengganan perbankan untuk menurunkan SBDK masih menjadi masalah. Diawal tahun ini, perbankan besar nasional memang berbondong-bondong menurunkan SBDK, tapi hal tersebut masih dipandang sinis sebagian pengamat. Spread masih saja tinggi, perbankan diharapkan lebih efisien dalam operasionalnya.

Inflasi di 2012 akan melebihi inflasi di 2011. Prediksi bahwa akan terjadi kenaikan tarif dasar listrik dan kenaikan harga beras akibat banjir Thailand akan menjadi pemicu kenaikan inflasi. Ini menjadi kontra terhadap prediksi penurunan BI rate menjadi 5,75 di 2012. Hal yang menarik lainnya adalah program besar pemerintah dengan adanya MP3EI. Memang banyak sekali yang kontra terhadap program ini karena dianggap sebagai alat pencitraan pemerintah dan pemborosan. Bayangkan saja, 4000 triliun akan dikeluarkan. Pandangan positif pun tak kalah banyaknya, pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan terbangunnya infrastruktur untuk pembangunan akan meningkat. Yah, semua akan tergantung pada pelaksanaan di lapangan. Apakah ini bisa menjadi giant leap pembangunan

Indonesia. Namun, apakah akan menjadi sarang terciptanya korupsi? Tugas kita lah untuk mengawalinya.

Pro kontra mengenai proyeksi dan kebijakan yang akan diambil pemerintah kedepannya menarik untuk dicermati. Kita harus bisa mengawal isu-isu seputar ekonomi dan menjadi ‘anjing’ yang menyalak ketika terjadi penyelewengan. Untuk itu lah dibutuhkan pengetahuan dan bekal cukup mengenai perekonomian. Masyarakat harus lebih peka dan rajin membaca sehingga tidak dibodohi dan di ombang-ambing isu oleh para pengambil kebijakan dan pelaksana kebijakan. Pandangan optimis mengenai perekonomian jangan lah membuat kita menjadi terlena. Kewaspadaan harus tetap terjadi ditengah ketidakstabilan perekonomian global. Pandangan pesimis dari para ahli pun harus kita jadikan rujukan, namun tetap harus membaca situasi dan kondisi, sehingga tidak kehilangan peluang untuk berkembang dan berekspansi.

Perekonomian global yang tengah meredup akibat krisis utang Eropa dan Amerika Serikat, hendaknya segera diantisipasi oleh Indonesia dengan menciptakan iklim investasi yang ramah bagi investor, mempercepat pembangunan infrastruktur dan menyiapkan kebijakan yang member kepastian bagi pelaku bisnis. Pasalnya, imbas crisi ekonomi global dikhawatirkan masih terus berlanjut hingga 2012. Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, Prof. Mudrajad Kuncoro, Ph.D., mengungkapkan krisis Eropa-AS diperkirakan akan mengganggu kinerja ekspor nasional, karena pasar Eropa dan AS masing-masing menyerap 13,3% dan 10% dari total ekspor non-migas selama Januari-Juli 2011.

Ada lima tantangan dan risiko global yang dicatat KEN (Komite Ekonomi Nasional), yaitu pemulihan ekonomi negara maju yang masih akan lama karena

persoalan struktural serta persoalan geopolitik dan geoekonomi G-20, seperti penyelesaian persoalan ketidakseimbangan ekonomi dunia, perang kurs dan potensi perang Korea. Tantangan dan risiko global lainnya adalah kebijakan banjir likuiditas Amerika Serikat Quantitative Easing yang diambil dalam rangka menyelamatkan diri sendiri, dilema perang kurs dan risiko gagal bayar hutang negara-negara Eropa.

4. Perekonomian Indonesia 2013

Pertumbuhan ekonomi Indonesia terus turun. Setelah mencapai pertumbuhan ekonomi 6,5 persen pada 2011, dan 6,23 persen pada 2012, pertumbuhan ekonomi 2013 berada dibawah 6 persen. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia sepanjang 2013 sebesar hanya 5,78 persen. Angka tersebut turun dibandingkan sepanjang 2013 sebesar 6,23 persen. Kepala BPS Suryamin memaparkan, pertumbuhan ekonomi di kuartal IV-2013 sebesar 5,72 persen, atau mengalami penurunan 1,42 persen dibanding kuartal III-2013. "Triwulan empat ini dari pengalaman selalu lebih rendah dibanding triwulan tiga setiap tahunnya," kata Suryamin, di Kantor BPS, Rabu(5/2/2014).

Kendati mengalami penurunan, Suryamin mengatakan ekspor pada triwulan IV-2013 menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal ini disebabkan negara-negara yang tadinya terdampak krisis global seperti China dan Amerika Serikat mulai pulih. Bahkan pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat yang tadinya diprediksikan hanya 1,6 persen, realisasinya 1,9 persen.

"Ini artinya perekonomian global berdampak pada ekonomi kita, terutama untuk ekspor dan sektor lain seperti wisatawan mancanegara," terang dia.

Lebih lanjut dia mengatakan, pertumbuhan terjadi di semua sektor ekonomi dengan pertumbuhan tertinggi di sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 10,19 persen, dengan nilai Rp 292,4 triliun. Berturut-turut disusul sektor keuangan, real estate dan jasa perusahaan dengan pertumbuhan 7,56 persen, dengan nilai Rp 272,1 triliun. Sektor ketiga yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah konstruksi, di mana mencatat pertumbuhan 6,57 persen dengan nilai Rp 182,1 triliun. Sementara itu pertumbuhan sektor pertambangan dan penggalian tercatat paling kecil sebesar 1,34 persen dengan nilai Rp 195,7 triliun.

"Gadget membuat pertumbuhan signifikan di sektor komunikasi menjadi paling tinggi. Pembangunan real estate positif, demikian juga dengan lembaga keuangan. Konstruksi tumbuh positif karena ini berkaitan dengan pembangunan infrastruktur dari tahun ke tahun. Terutama yang dilakukan pemerintah dalam rangka MP3EI," jelas Suryamin.

Sedangkan jumlah total produk domestik bruto (PDB) sepanjang 2013 adalah Rp 9.084 triliun Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB). Sedangkan PDB Atas Dasar Harga Konstan (tahun 2000) adalah Rp. 2770,3 triliun.

Untuk kuartal-IV 2013 sendiri PDB ADHB sebesar Rp 2.367,9 triliun, dan ADHK sebesar Rp 699,9 triliun. Angka ini naik dibanding kuartal-IV 2012, dimana PDB ADHB sebesar Rp 2.092,4 triliun, dan ADHK sebesar Rp 662,1 triliun.

5. Perekonomian Indonesia 2014

Kondisi ekonomi makro sepanjang tahun 2014 menunjukkan kinerja yang cukup baik sebagaimana ditunjukkan melalui indikator makro ekonomi. Pertumbuhan ekonomi pada tahun 2014 tercatat sebesar 5,1 persen (angka

sementara), lebih rendah dari target yang ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Perubahan (APBN-P) 2014 yang sebesar 5,5 persen.

“Ini tentunya terkait dengan kondisi global dan kondisi kita sendiri, di mana besarnya defisit transaksi berjalan membuat baik kebijakan moneter dan fiskal sifatnya kebijakan yang ketat. Dengan kebijakan yang ketat, maka otomatis memang pertumbuhan akan terkendala, sehingga tidak mencapai apa yang diharapkan,” kata Menteri Keuangan (Menkeu) Bambang P.S. Brodjonegoro dalam konferensi pers ‘Perkembangan Perekonomian Terkini Serta Kinerja Realisasi APBNP Tahun 2014’ di kantornya, Senin (5/1).

Selain itu, tingkat inflasi tahun 2014 tercatat sebesar 8.36 persen, lebih tinggi dari asumsi APBN-P 2014 yang sebesar 5,3 persen. Hal ini terjadi karena APBN-P 2014 belum mengasumsikan adanya penyesuaian harga bahan bakar minyak (BBM). Realisasi tingkat suku bunga Surat Perbendaharaan Negara (SPN) 3 bulan sebesar 5,8 persen, lebih rendah dari asumsi dalam APBN-P 2014 yang sebesar 6,0 persen. Sementara itu, realisasi nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (AS) tercatat rata-rata sebesar Rp11.878/dolar AS, lebih tinggi dari angka yang ditetapkan dalam APBN-P 2014, sebesar Rp11.600/dolar AS. Harga minyak mentah Indonesia tercatat sebesar 97 dolar AS per barel, lebih rendah dari asumsi dalam APBN-P 2014, sebesar 105 dolar AS per barel.

Untuk rata-rata lifting minyak mentah Indonesia, realisasinya mencapai 794 ribu barel per hari, lebih rendah dari target dalam APBN-P 2014 yang sebesar 818 ribu barel per hari. Terakhir, realisasi lifting gas mencapai target yang ditentukan dalam APBN-P yaitu 1.224 ribu barel setara minyak per hari.

Di dalam APBN-P Tahun 2015, pemerintah Indonesia menargetkan pertumbuhan PDB 5.7 persen (t/t) meningkat dari pertumbuhan angka 5.02 persen yang tercatat pada tahun 2014. Presiden Indonesia Joko Widodo, yang resmi mulai menjabat pada bulan October 2014, optimis bahwa target ambisius ini dapat dicapai walaupun lembaga internasional seperti Bank Dunia dan International Monetary Fund (IMF) memproyeksikan pertumbuhan PDB Indonesia masing-masing pada angka 5.2 persen dan 5.0 persen, pada tahun 2015. Kedua institusi tersebut menilai rendah pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2015 akibat dampak negatif perekonomian global yang menyebabkan pembiayaan eksternal yang lebih ketat dan dapat menimbulkan suku bunga nasional yang tinggi, sehingga menambah tekanan terhadap bank, perusahaan lokal dan rumah tangga untuk menyelesaikan utang, sekaligus menghambat kemampuan untuk berinvestasi atau belanja. Sementara itu, Bank Indonesia memperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia akan berada pada kisaran 5.4 - 5.8 persen tahun ini.

Dengan demikian, pertanyaan yang timbul adalah bagaimana Indonesia dapat berhasil mencapai target pertumbuhan ekonomi 5.7 persen pada tahun 2015. Langkah di bawah ini dinilai sangat diperlukan:

1. Investasi publik di sektor infrastruktur
2. Memperbaiki iklim investasi
3. Menjadi eksportir produk manufaktur
4. Menurunkan patokan suku bunga
5. Meningkatkan stabilitas politik

6. Perekonomian Indonesia 2015

Awal tahun 2015 menjadi momentum tepat untuk memprediksi kondisi perekonomian Indonesia kedepan. Sebagai salah satu negara yang baru saja mengalami perombakan politik, serangkaian kebijakan baru tentunya akan mempengaruhi proyeksi ekonominya. Meskipun laju perekonomian di tahun lalu mengalami perlambatan, namun sejumlah ahli dan ekonom justru memprediksi bahwa di tahun 2015 perekonomian Indonesia akan mengalami peningkatan. Bagaimana hal ini dapat terjadi? Bahkan ditengah kondisi ekonomi internasional yang terbilang pesimis dalam beberapa tahun terakhir? Berikut ini sejumlah data yang dikumpulkan dari data-data Bank Indonesia dan sejumlah kalangan mengenai perkembangan ekonomi di tahun 2015.

Pada pertengahan Januari lalu, Bank Indonesia menetapkan untuk mempertahankan BI Rate sebesar 7,75%, dengan suku bunga Lending Facility dan suku bunga Deposit Facility masing-masing tetap pada level 8,00% dan 5,75%. Kemudian dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap perkembangan ekonomi Indonesia di 2014 dan prospek ekonomi 2015 dan 2016 yang menunjukkan bahwa kebijakan tersebut masih konsisten dengan upaya untuk mengarahkan inflasi menuju ke sasaran $4\pm 1\%$ pada 2015 dan 2016, dan mendukung pengendalian defisit transaksi berjalan ke tingkat yang lebih sehat.

Mengacu pada evaluasi terhadap perekonomian di tahun lalu, di tahun ini Bank Indonesia memperkirakan perekonomian Indonesia semakin baik, dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan stabilitas makroekonomi yang tetap terjaga, ditopang oleh perbaikan ekonomi global dan semakin kuatnya reformasi struktural dalam memperkuat fundamental ekonomi nasional. Perekonomian

Indonesia tahun 2014 diperkirakan tumbuh sebesar 5,1%, melambat dibandingkan dengan 5,8% pada tahun sebelumnya. Dari sisi eksternal, perlambatan tersebut terutama dipengaruhi oleh ekspor yang menurun akibat turunnya permintaan dan harga komoditas global, serta adanya kebijakan pembatasan ekspor mineral mentah. Meskipun ekspor secara keseluruhan menurun, ekspor manufaktur cenderung membaik sejalan dengan berlanjutnya pemulihan AS. Dari sisi permintaan domestik, perlambatan tersebut didorong oleh terbatasnya konsumsi pemerintah seiring dengan program penghematan anggaran.

Sementara itu, kegiatan investasi juga masih tumbuh terbatas. Kinerja pertumbuhan ekonomi yang masih cukup tinggi terutama ditopang oleh konsumsi rumah tangga yang tetap solid. Pada tahun 2015, pertumbuhan ekonomi diperkirakan akan lebih tinggi, yaitu tumbuh pada kisaran 5,4-5,8%. Berbeda dengan 2014, di samping tetap kuatnya konsumsi rumah tangga, tingginya pertumbuhan ekonomi di 2015 juga akan didukung oleh ekspansi konsumsi dan investasi pemerintah sejalan dengan peningkatan kapasitas fiskal untuk mendukung kegiatan ekonomi produktif, termasuk pembangunan infrastruktur.

BAB II

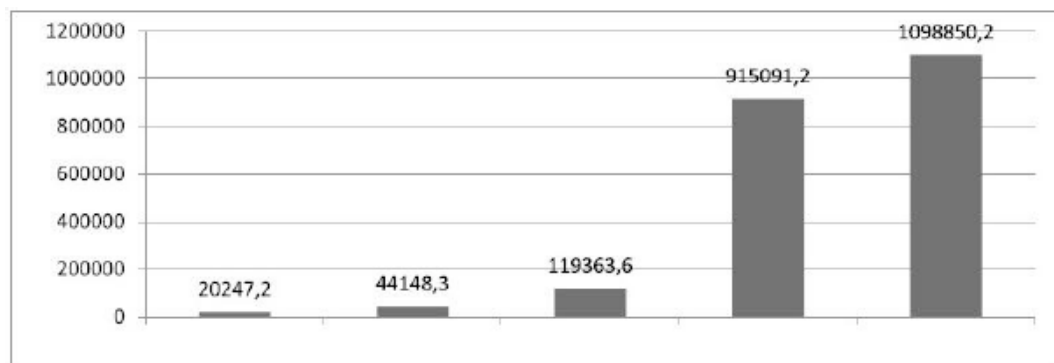
1. Kondisi UMKM Sebagai Pilar Ekonomi di Indonesia

Dari perspektif dunia, diakui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang tetapi juga di negara-negara maju. Diakui secara luas bahwa UMKM sangat penting karena karakteristik-karakteristik utama mereka yang membedakan mereka dari usaha besar, terutama karena UMKM adalah usaha-usaha padat karya, terdapat di semua lokasi terutama di perdesaan, lebih tergantung pada bahan-bahan baku lokal, dan penyedia utama barang-barang dan jasa kebutuhan pokok masyarakat berpendapatan rendah atau miskin.

Dengan menyadari betapa pentingnya UMKM tersebut, tidak heran kenapa pemerintah- di hampir semua NSB mempunyai berbagai macam program, dengan skim-skim kredit bersubsidi sebagai komponen terpenting, untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan UMKM. Lembaga-lembaga internasional seperti Bank Dunia, Bank Pembangunan Asia (ADB) dan Organisasi Dunia untuk Industri dan Pembangunan (UNIDO) dan banyak negara-negara donor melalui kerjasama-kerjasama bilateral juga sangat aktif selama ini dalam upaya-upaya pengembangan (atau *capacity building*) UMKM di NSB. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi (Bank Dunia, 2005). UMKM memegang peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian. Kontribusi termaksud terutama pada penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2005, UMKM di Indonesia mampu menyerap 77.678,498 ribu orang atau sebesar 96,77% dari total tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha skala kecil,

menengah, dan besar (Sri Susilo, 2007). Dari sisi jumlah unit usaha dan tenaga kerja yang mampu diserap maka UMKM jauh lebih besar dari usaha besar. Di sisi lain, dalam hal penciptaan nilai tambah bagi Produk Domestik Bruto (PDB) maka usaha besar (UB) jauh lebih besar daripada UMKM.

Gambar 3. Nilai Ekspor UMI, UK, UM, UB dan Total, 2008 (miliar rupiah)



Sebagian besar dari ekspor UMKM Indonesia berasal dari industri manufaktur, namun kontribusinya jauh lebih kecil dibandingkan pangsa ekspor UB di dalam total ekspor manufaktur Indonesia. Selain itu, pada umumnya UMKM industri manufaktur lebih berorientasi pada domestik dibandingkan ke luar negeri. Masih kecilnya peran UMKM Indonesia di dalam ekspor non-migas mencerminkan dua hal yakni kapasitas produksi terbatas hingga tidak selalu mampu memenuhi permintaan ekspor dan daya saing yang rendah dari produk-produk yang dihasilkan kelompok usaha tersebut.

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) / AEC (Asean Economic Community) 2015 adalah proyek yang telah lama disiapkan seluruh anggota ASEAN yang bertujuan untuk meningkatkan stabilitas perekonomian di kawasan ASEAN dan

membentuk kawasan ekonomi antar negara ASEAN yang kuat. Dengan diberlakukannya MEA pada akhir 2015, negara anggota ASEAN akan mengalami aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik dari dan ke masing-masing negara. Dalam hal ini, yang perlu dilakukan oleh Indonesia adalah bagaimana Indonesia sebagai bagian dari komunitas ASEAN berusaha untuk mempersiapkan kualitas diri dan memanfaatkan peluang MEA 2015, serta harus meningkatkan kapabilitas untuk dapat bersaing dengan Negara anggota ASEAN lainnya sehingga ketakutan akan kalah saing di negeri sendiri akibat terimplementasinya MEA 2015 tidak terjadi.

Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Komitmen Cetak Biru MEA dalam upaya persiapan menghadapi pasar bebas ASEAN. Dalam cetak biru MEA, terdapat 12 sektor prioritas yang akan diintegrasikan oleh pemerintah. Sektor tersebut terdiri dari tujuh sektor barang yaitu industri agro, otomotif, elektronik, perikanan, industri berbasis karet, industri berbasis kayu, dan tekstil. Kemudian sisanya berasal dari lima sektor jasa yaitu transportasi udara, kesehatan, pariwisata, logistik, dan teknologi informasi. Sektor-sektor tersebut pada era MEA akan terimplementasi dalam bentuk pembebasan arus barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja.

Sejauh ini, langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Indonesia berdasarkan rencana strategis pemerintah untuk menghadapi MEA / AEC, antara lain :

1) Penguatan Daya Saing Ekonomi

Pada 27 Mei 2011, Pemerintah meluncurkan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). MP3EI merupakan

perwujudan transformasi ekonomi nasional dengan orientasi yang berbasis pada pertumbuhan ekonomi yang kuat, inklusif, berkualitas, dan berkelanjutan. Sejak MP3EI diluncurkan sampai akhir Desember 2011 telah dilaksanakan *Groundbreaking* sebanyak 94 proyek investasi sektor riil dan pembangunan infrastruktur.

2) Program ACI (Aku Cinta Indonesia)

ACI (Aku Cinta Indonesia) merupakan salah satu gerakan '*Nation Branding*' bagian dari pengembangan ekonomi kreatif yang termasuk dalam Inpres No.6 Tahun 2009 yang berisikan Program Ekonomi Kreatif bagi 27 Kementrian Negara dan Pemda. Gerakan ini sendiri masih berjalan sampai sekarang dalam bentuk kampanye nasional yang terus berjalan dalam berbagai produk dalam negeri seperti busana, aksesoris, *entertainment*, pariwisata dan lain sebagainya. (dalam Kemendag RI : 2009:17).

3) Penguatan Sektor UMKM

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia, pihak Kadin mengadakan mengadakan beberapa program, antara lainnya adalah 'Pameran Koperasi dan UMKM Festival' pada 5 Juni 2013 lalu yang diikuti oleh 463 KUMKM. Acara ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk UMKM yang ada di Indonesia dan juga sebagai stimulan bagi masyarakat untuk lebih kreatif lagi dalam mengembangkan usaha kecil serta menengah.

Selain itu, persiapan Indonesia dari sektor Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (KUMKM) untuk menghadapi MEA 2015 adalah pembentukan Komite Nasional Persiapan MEA 2015, yang berfungsi merumuskan langkah

antisipasi serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan KUMKM mengenai pemberlakuan MEA pada akhir 2015.

Adapun langkah-langkah antisipasi yang telah disusun Kementerian Koperasi dan UMKM untuk membantu pelaku KUMKM menyongsong era pasar bebas ASEAN itu, antara lain peningkatan wawasan pelaku KUMKM terhadap MEA, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk KUMKM lokal, penciptaan iklim usaha yang kondusif.

Namun, salah satu faktor hambatan utama bagi sektor Koperasi dan UMKM untuk bersaing dalam era pasar bebas adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku KUMKM yang secara umum masih rendah. Oleh karena itu, pihak Kementerian Koperasi dan UMKM melakukan pembinaan dan pemberdayaan KUMKM yang diarahkan pada peningkatan kualitas dan standar produk, agar mampu meningkatkan kinerja KUMKM untuk menghasilkan produk-produk yang berdaya saing tinggi.

Pihak Kementerian Perindustrian juga tengah melaksanakan pembinaan dan pemberdayaan terhadap sektor industri kecil menengah (IKM) yang merupakan bagian dari sektor UMKM. Penguatan IKM berperan penting dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui perluasan kesempatan kerja dan menghasilkan barang atau jasa untuk dieskpor. Selain itu, koordinasi dan konsolidasi antar lembaga dan kementerian pun terus ditingkatkan sehingga faktor penghambat dapat dieliminir.

UMKM merupakan salah satu solusi dari permasalahan ekonomi di Indonesia yang tidak stabil. UMKM sangat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia, karena UMKM menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan cara membuka usaha. Selain itu UMKM juga sebagai penyumbang tenaga kerja yang cukup banyak sehingga dapat meminimalisirkan pengangguran di Indonesia. UMKM merupakan solusi yang tepat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional karena UMKM biasanya memanfaatkan segala penunjangnya yang bersifat lokal, seperti sumber daya alam dan manusia lokal. Sehingga meminimalisirkan biaya pengimporan dan memaksimalkan pengekspor. Di negara lain UMKM sangat berperan besar untuk perkembangan ekonominya, seperti di Jepang, Amerika Serikat, Jerman, dan Italia. Pemerintahan di sana sangat mendukung kebijakan-kebijakan mengenai UMKM untuk perkembangannya dan UMKM sangat membantu ketika terjadi krisis global. UMKM juga ternyata merupakan senjata ekonomi di berbagai negara berkembang untuk meningkatkan pendapatan negara tersebut.

UMKM di Indonesia sangat mendominasi dalam dunia usaha, namun sayangnya pembiayaan untuk UMKM di Indonesia masih mengalami kendala. Pada Konferensi Internasional 2014 mengenai UMKM yang diselenggarakan di Yogyakarta, terungkap bahwa Indonesia baru mampu membiayai UMKM sebanyak seperlima atau sekitar 20 persen dari kredit yang disalurkan perbankan dengan total hingga bulan Februari 2014 sebanyak 640 triliun rupiah.

Saat ini UMKM di Indonesia per tahunnya mengalami pertumbuhan jumlah yang sangat pesat dengan penyerapan tenaga kerja mencapai lebih dari 90% dari total tenaga kerja di Indonesia dengan didominasi oleh anak muda dan wanita. UMKM di

Indonesia mampu menyumbangkan kemajuan pertumbuhan ekonomi nasional dengan eksportnya.

Kendala-kendala UMKM di Indonesia adalah sebagai berikut:

- a) Teknologi Indonesia belum maju untuk pasaran global.
- b) Rendahnya keahlian dan kemampuan tenaga kerja.
- c) Kurangnya pengetahuan strategi bisnis global.
- d) Kurangnya pengetahuan tentang pasar.
- e) Terbatasnya dalam mengakses modal.

Daya saing pasar global memang ketat. Dilihat dari kemampuan pengeksportan Indonesia masih kalah dengan negara berkembang lain seperti India. Indonesia belum menguasai strategi pemasaran global sehingga perlu adanya perhatian dari pemerintah untuk melakukan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam rangka menambah pengetahuan tentang daya saing pasar global dan strategi pemasaran.

Koperasi dan UMKM mungkin sudah tidak asing lagi di telinga kita. Badan usaha yang keberadaanya sering sekali kita jumpai di sekeliling kita. Yang menjadi pertanyaan adalah, apakah mereka memang benar-benar koperasi ataukah hanya badan usaha yang menggunakan kedok koperasi saja? Kasus seperti ini juga tak asing bagi kita yang mengerti seperti apa badan usaha yang dinamakan koperasi.

Berbalik pada UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan.” Telah di katakan dalam ayat tersebut bahwa perekonomian disusun atas azas kekeluargaan di mana koperasi beroperasi juga atas azas kekeluargaan yang bertujuan mensejahterakan

anggotanya dan bukan berazaskan akan kepentingan individu atau badan usaha tertentu seperti pada realitanya yang sering kita temui.

Misalnya, sebut saja badan usaha X yang menamakan dirinya adalah sebuah koperasi simpan pinjam dan dalam kegiatan operasionalnya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana mereka menetapkan bunga hingga 10% dari nominal dasar pinjaman. Jelas saja dapat terlihat bahwa badan usaha tersebut bukanlah sebuah koperasi. Koperasi tersebut merupakan badan usaha yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan profit dengan cara memberikan bunga pinjaman sebesar itu kepada peminjam.

Koperasi yang seharusnya adalah koperasi yang ingin mensejahterakan anggotanya/peminjam dan bukan mencekik sang peminjam dengan mengenakan bunga yang begitu besar kepada peminjam/anggota. Inilah salah satu koperasi yang dikatakan tidak aktif dimana secara umum pada saat ini koperasi mengalami kemajuan atau perkembangan yang sangat pesat.

Namun seperti yang dicontohkan di atas, walaupun saat ini koperasi mengalami perkembangan yang cukup menggembirakan namun bukan berarti tidak ada koperasi yang tidak aktif atau koperasi yang gulung tikar. Banyak hal yang menyebabkan koperasi-koperasi di Indonesia mengalami kebangkrutan yang dikarenakan diantaranya yaitu kegiatan operasional tidak berdasarkan prinsip, nilai dan azas koperasi, buruknya manajemen koperasi baik manajemen keuangan maupun manajemen SDM serta minimnya partisipasi anggota akibat kurangnya pendidikan akan perkoperasian.

Penyebab yang paling sering dialami koperasi-koperasi Indonesia adalah mengalami kurangnya modal usaha yang juga disebabkan oleh tidak disiplin

administratif oleh anggota serta tidak adanya kemitraan yang dijalin oleh koperasi. Hal diatas diperkuat oleh data Laporan Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2000 – 2010 yang dimana terdapat 88.930 koperasi aktif dan 14.147 koperasi yang tidak aktif pada tahun 2000 dan mengalami peningkatan pada tahun 2001 sebesar 89.756 koperasi yang aktif dan 21.010 koperasi yang tidak aktif. Berdasarkan data tersebut dapat kita lihat pertumbuhan koperasi yang aktif juga diikuti oleh peningkatan koperasi yang tidak aktif. Sangat disayangkan jika koperasi hanya bertumbuh secara kuantitas dan bukan secara kualitas.

Berbeda dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami peningkatan yang sangat menggembirakan dikarenakan berhasil menyumbangkan 57% dari PDB (di dukung oleh data BPS tahun 2006 - 2010) dimana UMKM meningkat bukan hanya dari segi kuantitas melainkan tenaga kerja, modal serta asset mereka. UMKM juga dikatakan usaha ekonomi produktif yang cukup kuat, sekalipun terjadi gejolak atau krisis mereka tidak terkena dampak yang begitu menyedihkan. Hal tersebut dikarena prinsip kemandirian yang dimiliki yang artinya mereka memiliki modal sendiri dan tidak terlalu bergantung pada lembaga lain sehingga membuat mereka kokoh hingga saat ini dan menjadi katup perekonomian negara.

Pencapaian yang sangat menggembirakan bagi UMKM kita tidak didapat hanya dengan sekali mengedipkan mata. Banyak tantangan yang mereka harus lalui dan banyak masalah yang harus mereka selesaikan baik secara modal, tenaga kerja, kegiatan produksi dan hal lainnya. Sehingga apabila terdapat UMKM yang tidak siap dan tak mampu menghindari atau mengatasi gejolak yang datang maka tidak mustahil akan ada juga UMKM yang kolaps.

Berdasarkan masalah-masalah yang dialami oleh koperasi dan UMKM di Indonesia penulis menganalisis dan memiliki strategi penyelesaian masalah-masalah tersebut yang mereka alami agar tak terulang kembali dan terus meningkat baik secara kuantitas maupun kualitas. Strategi yang penulis sarankan, baik bagi pemerintah khususnya Menteri Koperasi dan UMKM, anggota serta pengurus koperasi di seluruh Indonesia dan para owner UMKM di seluruh Indonesia untuk agar memiliki komitmen yang kuat untuk meningkatkan perekonomian Indonesia melalui cara-cara berikut, diantaranya:

- 1) Penyediaan modal dan akses kepada sumber dan lembaga keuangan. Ditambah dengan pemberian kemudahan (bukan berbelit-belit) dalam mengurus administrasi untuk mendapatkan modal dari lembaga keuangan. Dapat juga melalui pengaktifan dan pengfisienan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang telah disediakan oleh pemerintah sebelumnya.
- 2) Meningkatkan kualitas dan kapasitas kompetensi SDM. Melalui pendidikan dan pelatihan baik dilakukan oleh pemerintah maupun oleh koperasi atau UMKM itu sendiri. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas SDM, mereka perlu “dibangunkan” kembali mengapa mereka berada di koperasi, orang yang masih konsisten berusaha mengembalikan mindset orang yang tidak aktif agar mereka mau berorganisasi khususnya koperasi berdasarkan asas dan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan.
- 3) Meningkatkan kemampuan pemasaran UMKMK. Pemberian pendidikan mengenai pemasaran atau dengan cara membuka/merekrut tenaga profesional yang ahli dalam hal pemasaran.
- 4) Meningkatkan akses informasi usaha bagi UMKMK.

- 5) Menjalin kemitraan yang saling menguntungkan antar pelaku usaha (UMKMK, Usaha Besar dan BUMN).
- 6) Melakukan/membuat program goes to goal, yaitu langsung ke tujuan atau sasaran. Dilakukan dengan cara memberikan bantuan baik modal, konsep, dan hal-hal yang dibutuhkan oleh koperasi dan UMKM atau dengan membidik para individu yang memiliki jiwa enterpreneur dengan tetap adanya prinsip prudensial dan adanya manager investasi (meminjam istilah perbankan syariah dimana nasabah yang telah diberi pinjaman tetap terus mendapat pengawasn atau layanan prima dalam pengolahan dana yang). Selama ini banyak orang ahli dalam bidang UMKMK mengadakan seminar-seminar demi meningkatnya kualitas dan kuantitas dari UMKMK, namun “efek” yang ada dari seminar tersebut tidaklah lama, hanya bertahan sebentar, untuk itu lebih baik mereka mencari langsung terjun ke lapangan untuk mencari orang-orang yang benar-benar serius di UMKMK dan jika dilihat potensi usahanya bagus segera dipinjami dana dalam rangka mengembangkan usahanya.

4) Penguatan Ekonomi

Intuisi cukup sederhana: Jika pasar keuangan terbelakang, maka orang akan memilih kurang produktif, tapi 'fleksibel' teknologi. Mengingat teknologi ini, produsen tidak mengalami banyak risiko, dan oleh karena itu ada sangat sedikit insentif untuk mengembangkan pasar keuangan. Sebaliknya, jika pasar keuangan dikembangkan, teknologi akan lebih khusus dan berisiko, sehingga menciptakan kebutuhan untuk pasar keuangan. Dalam terminology Cooper dan John (dalam Gilles Saint-Paul, 1992), ada saling melengkapi strategis antara pasar keuangan dan

teknologi, karena keduanya adalah instrument yang dapat digunakan untuk diversifikasi.

Sebuah negara berkembang bisa menderita dari kedua kesenjangan di waktu yang sama. Selain itu, membedakan antara dua kesenjangan tidak penting untuk UMK. Mencapai beberapa kesimpulan kebijakan. Menurut salah satu pandangan, yang berfungsi hukum sistem, kebijakan moneter yang stabil, dan dukungan yang efektif untuk pendidikan semua akan tujuan kebijakan yang di inginkan karena mereka dapat membantu mengurangi kesenjangan (dalam Paul Romer, 1993).

Perekonomian dunia terguncang oleh krisis ekonomi global, yang berawal dari krisis keuangan di Amerika Serikat dan berimbas pada sektor riil di sana. Keadaan ini kemudian menyeret Negara-negara di kawasan Eropa dan Asia ke masa resesi yang kelam. Indonesia pun terkena dampak yang signifikan dari krisis global dunia. Variabel-variabel makroekonomi dalam negeri mulai tergerus dan mendorong Bank Indonesia merevisi asumsi pertumbuhan ekonomi pada APBN 2009 dari 4,5 persen menjadi 4 persen. Seperti diketahui pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh konsumsi rumah tangga, investasi, pengeluaran pemerintah, dan ekspor-impor.

Dalam masa krisis, investasi asing terancam menurun. Hal ini dapat dipahami dikarenakan adanya resiko ketidakpastian dan goncangnya stabilitas ekonomi akibat resesi global. Dengan demikian Indonesia tidak bisa mengandalkan Penanaman Modal Asing (PMA) pada masa sekarang ini.

Penurunan PMA akan berimplikasi pada meningkatnya pengangguran yang selanjutnya mendorong penurunan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, Pemerintah bersama masyarakat perlu segera mulai memback-up keadaan ini dengan semakin menggiatkan investasi domestik. Penggiatan investasi domestik dapat

dilakukan dengan dukungan nyata terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sudah terbukti tahan terhadap pengaruh krisis. Namun kegiatan UMKM masih belum maksimal mendukung sektor riil dikarenakan suku bunga kredit yang masih tinggi.

Langkah BI menurunkan suku bunga acuan memang sudah tepat. Diharapkan penurunan BI rate dari 8,25 persen menjadi 7,75 persen dapat mendorong pengembangan UMKM sehingga dapat menyerap korban-korban PHK yang dilaporkan telah mencapai 37.905 orang akibat krisis. Di saat bersamaan, BI perlu secara terus menerus mendorong perbankan untuk mau memberikan kredit pada UMKM. Dukungan dari perbankan sangat diperlukan dalam mengembangkan UMKM, antara lain dengan menciptakan skema pembiayaan UMKM yang mudah diakses.

Krisis ekonomi dunia juga akan menurunkan penerimaan pemerintah, terutama dari sektor pajak. Pertumbuhan penerimaan pajak pada bulan Januari 2009 mengalami perlambatan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pada bulan Januari 2009 ini, penerimaan pajak hanya tumbuh sebesar 5 persen dibanding Januari 2008. Pertumbuhan pajak 5 persen ini merupakan indikasi bahwa beberapa kegiatan ekonomi sudah terpengaruh krisis. Dengan penurunan penerimaan pemerintah maka akan sulit melakukan pembiayaan-pembiayaan dalam penanganan terhadap krisis.

Krisis global juga memberikan implikasi serius terhadap ekspor Indonesia. Perdagangan luar negeri sudah tidak bisa diharapkan pada masa krisis untuk memacu pertumbuhan ekonomi. Prediksi angka ekspor pun diturunkan dari 5 persen menjadi maksimal 2,5 persen. Bahkan sangat mungkin ekspor hanya tumbuh 1 persen saja. Turunnya ekspor memang dikarenakan adanya penurunan permintaan global akibat

hantaman krisis. Hal ini diperparah dengan kebijakan-kebijakan negara lain dalam memproteksi pasar domestiknya.

Dengan demikian variabel yang dapat diandalkan dalam memacu pertumbuhan ekonomi adalah dengan meningkatkan konsumsi rumah tangga. Dalam rangka mendorong konsumsi rumah tangga, instansi terkait mengeluarkan kebijakan berupa stimulus fiskal yakni dengan menurunkan Pajak Penghasilan (PPh) sehingga diharapkan daya beli masyarakat meningkat. Namun perlu dicermati apabila ternyata konsumsi rumah tangga lebih dialokasikan pada barang-barang impor, maka kebijakan tersebut justru akan memperlambat pertumbuhan ekonomi dalam negeri dan akan memukul produsen domestik, serta memberikan efek defisit anggaran. Oleh karena itu, penting dalam menjaga daya saing produk dalam negeri dengan cara peningkatan mutu produk sehingga memenangkan kompetisi produk di pasar dalam negeri dan bahkan di pasar dunia.

Krisis global juga mengharuskan Pemerintah dan BI untuk memperhatikan kesehatan perbankan dalam negeri karena adanya ancaman krisis likuiditas yang akan berimbas pada terganggunya fungsi intermediasi perbankan. Hal ini tentu akan sangat berbahaya karena memungkinkan terjadinya kejatuhan perbankan secara sistemik. Oleh karena itu, instansi terkait harus benar-benar memperhatikan indikator kesehatan perbankan yakni dengan memperhatikan CAR, NPL, ROA, dan alokasi kredit, sehingga krisis tahun 1997-1998 tidak terulang lagi.

Krisis global yang melanda memang tidak bisa dipandang sebelah mata. Harus ada dukungan dari berbagai pihak untuk memantapkan perekonomian dalam negeri sehingga tidak tergerus krisis global. Penguatan domestik memang tak mudah, namun bukan tak mungkin untuk diwujudkan. Dengan demikian fokus yang perlu

dijalankan bukan sekedar angka pertumbuhan ekonomi yang bagus, tapi juga kualitas dan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi tersebut di masa depan.

5) Perbaikan Infrastruktur

Dalam rangka mendukung peningkatan daya saing sektor riil, selama tahun 2010 telah berhasil dicapai peningkatan kapasitas dan kualitas infrastruktur seperti prasarana jalan, perkeretaapian, transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara, komunikasi dan informatika, serta ketenagalistrikan :

- a) Perbaikan Akses Jalan dan Transportasi
- b) Perbaikan dan Pengembangan Jalur TIK
- c) Perbaikan dan Pengembangan Bidang Energi Listrik.

6) Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu jalan untuk meningkatkan kualitas SDM adalah melalui jalur pendidikan. Selain itu, dalam rangka memberikan layanan pendidikan yang bermutu, pemerintah telah membangun sarana dan prasarana pendidikan secara memadai, termasuk rehabilitasi ruang kelas rusak berat. Data Kemdikbud tahun 2011 menunjukkan bahwa masih terdapat sekitar 173.344 ruang kelas jenjang SD dan SMP dalam kondisi rusak berat. (dalam Bappenas RI Buku I, 2011:36).

7) Praktek Sumber Daya Manusia

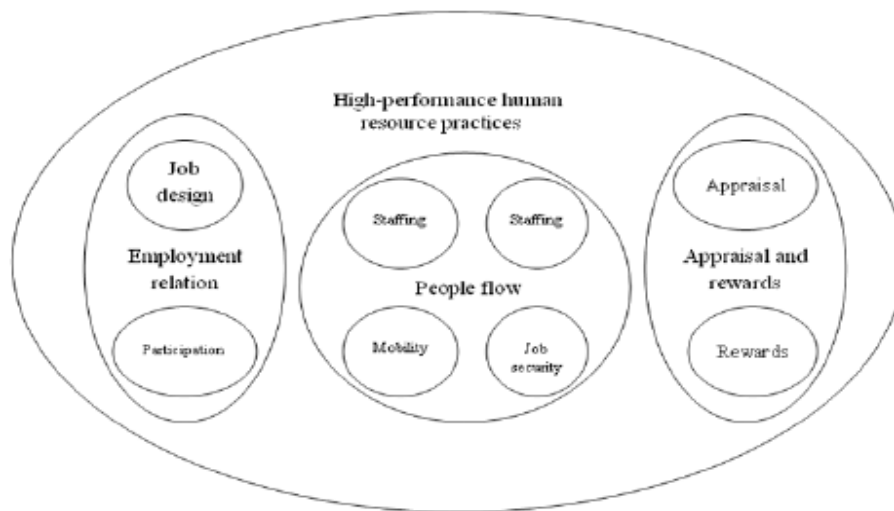
Konsepsi praktek Sumber Daya Manusia atau disebut *high performance work system* (HPWS) semakin menarik perhatian belakangan ini sebagai salah satu sumber keunggulan bersaing sebuah perusahaan. Tujuan dari HPWS adalah untuk meningkatkan kinerja korporasi dengan cara memberdayakan pegawainya sendiri (Armstrong, 2001).

Konsep ini berkembang secara luas dalam 10-20 tahun terakhir ini. Konsep ini berkembang berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan oleh Cappelli dan Neumark (2001) bahwa konsep ini semakin populer karena laporan dari Commission on the Skills of the American Workforce, 1990, yang berjudul cukup kontroversi “*America’s Choice: High Skills or Low Wages!*”. Laporan tersebut berdasarkan fakta bahwa pekerjaan yang tersedia semakin spesifik bagi setiap industri (*taylorist work organization*), yang menuntut kinerja yang tinggi dan ketrampilan yang juga tinggi. Oleh karena dinilai Amerika Serikat tidak memiliki filosofi SDM yang kuat dibandingkan dengan beberapa Negara maju seperti Jepang dengan *lean production*, Swedia dengan *socio-technical systems*, Jerman dengan *diversified quality production* dan Itali terkenal dengan *flexible specialization* (Appelbaum *et al.*, 2000)

Menurut Bamberger and Meshoulam (2000), HPWS secara praktikal terdiri dari tiga bagian utama:

1. Alur pegawai, termasuk seleksi staf, pelatihan, mobilitas pegawai (seperti jalur karir, promosi) dan jaminan keamanan atas pekerjaan dari kecelakaan kerja.
2. Penilaian dan penghargaan, termasuk penilaian kinerja (khususnya yang jangka panjang, penilaian kerja berdasarkan hasil), kompensasi dan benefit lainnya yang diberikan oleh perusahaan.
3. Hubungan kepegawaian (*employment relations*), seperti rancangan pekerjaan (uraian kerja dan fleksibilitas penugasan) dan dorongan untuk berpartisipasi.

Bila disederhanakan akan terlihat seperti dalam gambar berikut ini.



Gambar 2.1. Konfigurasi *high performance work system*

Sumber: Dizgah, *et al.*, 2011: 493

Flood *et al.* (2008: 4) merumuskan pengertian *High Performance Work System* adalah serangkaian kebijakan dan praktik manajemen sumberdaya manusia untuk mendorong keterampilan dan motivasi tenaga kerja. HPWS menjadi penting karena dipandang memiliki korelasi yang positif dengan *outcome* korporasi yang berhasil mengadopsi HPWS dengan baik. Kinerja yang tinggi dari implementasi manajemen sumberdaya manusia tidak terlepas dari pandangan perusahaan terhadap para pegawai atau tenaga kerjanya sebagai mitra yang hakiki dari perusahaan, bukan semata-mata hanya sebagai salah satu faktor produksi. Kemitraan yang merupakan kolaborasi antara perusahaan dan tenaga kerja, dengan bentuk hubungan yang setara dan saling menguntungkan kedua belah pihak menjadi dasar pijakan fungsi organisasi dan pemecahan masalah yang tepat, efisien dan efektif. Kemitraan

tersebut memberikan indikasi bahwa terjadi “employee-centred” dalam mendisain struktur organisasi sebuah perusahaan atau korporasi.

Kajian tentang HPWS yang perpusat antara perusahaan dan pegawai merupakan ranah yang secara luas terungkap dalam manajemen sumberdaya manusia strategik (Flood *et al.*, 2008). Hal ini disebabkan oleh informasi dan pengambilan keputusan tersebar kepada seluruh pegawai dalam semua level untuk tanggung jawab yang lebih besar agar operasional perusahaan dapat berhasil dengan baik. Perusahaan yang menerapkan nilai kemitraan pegawai akan mempengaruhi kinerja yang tinggi baik bagi pegawainya maupun bagi perusahaan.

HPWS menempatkan dasar untuk membangun SDM menjadi asset strategik, HPWS memaksimalkan kinerja karyawan. Setiap pengukuran sistem SDM harus memasukkan kumpulan indikasi yang merefleksikan pada ‘fokus pada kinerja’ dari setiap elemen sistem SDM

Pengukuran HPWS lebih pada bagaimana organisasi bekerja melalui setiap fungsi SDM mulai dari tingkat makro dan menekankan pada orientasi kinerja pada setiap aktivitas (<http://epsmanajemensdm.blogspot.com/2010/08/human-resource-scorecard-suatu-model.html>). Contoh :

1. Berapa banyak kandidat yang berkualitas sangat baik yang direkrut untuk setiap strategi penerimaan karyawan baru?
2. Berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk *training* bagi karyawan setiap tahunnya?

3. Bagaimana proporsi *merit pay* ditentukan?
4. Apa perbedaan dalam pemberian merit pay di antara karyawan yang berkinerja tinggi dan berkinerja rendah? Dan sebagainya.

HPWS semakin menarik perhatian dan sejumlah penelitian menggunakannya untuk melihat dampaknya terhadap *outcome* perusahaan dari sisi SDM. Fungsi manajemen SDM seperti rekrutmen pegawai dan prosedur seleksi, kompensasi dan sistem kinerja manajemen, pembagian (*sharing*) informasi, pelatihan dan pengembangan pegawai, dapat digunakan untuk mengakuisisi, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang terlatih dan termotivasi (Datta *et al.*, 2005). Dengan demikian implementasi HPWS mengacu pada keterlibatan pegawai yang tinggi (*high involvement*) dan juga komitmen organisasional yang kuat. Sehingga setiap perusahaan memiliki implementasi manajemen SDM yang berbeda dengan pesaingnya. Implementasi tersebut tentunya dilandasi filosofi dan nilai yang dibangun korporasi sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaingnya.

HPWS tentu saja terjadi dengan adanya persaingan industri yang ketat dan pilihan strategi keunggulan bersaing, namun diharapkan akan memberikan ketrampilan, informasi, motivasi dan keleluasan yang memadai bagi tenaga kerja untuk mengembangkan talentanya sebagai salah satu sumber dari keunggulan bersaing perusahaan.

(Flood *et al.*, 2008) mencatat bahwa HPWS digunakan pula untuk menguji hubungannya dengan kinerja perusahaan yang terkait dengan menurunnya turnover dan meningkatnya produktivitas dan profitabilitas perusahaan, termasuk pula aspek

inovasi yang berhasil diterapkan oleh perusahaan melalui produk atau jasa yang dijualnya.

Boxall dan Macky (2009) mengklaim bahwa gagasan utama HPWS adalah tentang sistem praktik kerjanya yang mengarah pada keunggulan kinerja organisasi. Adanya konsep eksplisit tertanam dalam proposisi ini: kinerja, praktek kerja dan efek sistemik. Perusahaan yang menerapkan HPWS umumnya memiliki skor kinerja di atas rata-rata, baik pada sistem SDM maupun pada dimensi keselarasan implementasi.

Widarsono menjelaskan, dalam HPWS setiap elemen pada sistem sumber daya manusia dirancang untuk memaksimalkan seluruh kualitas *human capital* melalui organisasi. Untuk membangun dan memelihara persediaan *human capital* yang berkualitas, HPWS melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Mengembangkan keputusan seleksi dan promosi untuk memvalidasi model kompetensi
2. Mengembangkan strategi yang menyediakan waktu dan dukungan yang efektif untuk keterampilan yang dituntut oleh implementasi strategi organisasi
3. Melaksanakan kebijaksanaan kompensasi dan manajemen kinerja yang menarik, mempertahankan dan memotivasi kinerja karyawan yang tinggi.

Lebih lanjut dikatakan oleh Widarsono, Hal tersebut merupakan langkah penting dalam pembuatan keputusan peningkatan kualitas karyawan dalam organisasi, sehingga memungkinkan kinerja organisasi berkualitas. Agar sumber daya manusia

mampu menciptakan *value*, organisasi perlu membuat struktur untuk setiap elemen dari sistem sumberdaya manusia dengan cara menekankan, mendukung dan *reinforce* HPWS. HPWS secara langsung menciptakan *customer value* atau nilai lainnya yang berkaitan. Dalam hal ini proses kemitraan (*Alignment*) dimulai dari pemahaman yang jelas terhadap rantai nilai perusahaan, suatu pemahaman solid apa saja yang dijadikan nilai perusahaan dan bagaimana manfaat nilai tersebut diciptakan. Kuncinya, bahwa karakteristik HPWS tidak hanya mengadopsi kebijaksanaan dan praktek sumberdaya manusia yang tepat, tetapi juga bagaimana mengelola praktek sumberdaya manusia tersebut. Dalam HPWS kebijaksanaan dan praktek sumberdaya manusia perusahaan menunjukkan *alignment* (kemitraan) yang kuat dengan sasaran operasional dan strategi bersaing organisasi. Setiap HPWS akan berbeda diantara organisasi, sehingga HPWS dapat disesuaikan dengan keunikan, kekuatan dan kebutuhan masing-masing organisasi.

2. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) merupakan kegiatan ekonomi nyata yang ada di Indonesia. UMKM sangat berperan penting terhadap kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya terhadap perkembangan perekonomian Indonesia yaitu kontribusinya yang cukup besar. Selain itu, UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja, artinya UMKM juga berperan dari segi penciptaan lapangan pekerjaan.

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah).
- 3) Milik Warga Negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
- 5) Berbentuk usaha orang perorangan , badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Di Indonesia, UMKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. Jumlah UMKM hingga 2011 mencapai sekitar 52 juta. UMKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas baru 25% atau 13 juta pelaku UMKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia, membina UMKM melalui Dinas Koperasi dan UMKM, di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota.

Menteri Koperasi dan UMKM Syarifuddin Hasan mengatakan Pemerintah akan menarik pajak bagi sektor UMKM beromzet Rp300 juta hingga Rp4 miliar per tahun. Hal tersebut akan dilaksanakan karena pemerintah mengakui membutuhkan uang untuk proyek infrastruktur.

UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia UMKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UMKM ini juga sangat membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat

UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Dalam menghadapi persaingan di Zaman Era Globalisasi yang sedang bergulir tahun 2014, UMKM Republik Indonesia dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang makin spesifik, berubah dengan cepat, produk berkualitas tinggi, dan harga yang murah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM adalah melalui hubungan kerjasama dengan Usaha Besar.

Kesadaran akan kerjasama ini telah melahirkan konsep supply chain management (SCM) pada tahun 1990-an. Supply chain pada dasarnya merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Pentingnya persahabatan, kesetiaan, dan rasa saling percaya antara industri yang satu dengan lainnya untuk menciptakan ruang pasar tanpa pesaing, yang kemudian memunculkan konsep blue ocean strategy.

Usaha kecil dan menengah bagaimanapun memiliki sangat terbatas operasi di luar negeri. Salah satu alasan untuk ini adalah hambatan masuk. Ini dapat alami: ketidaksempurnaan pasar keuangan, perbedaan sistem hukum, budaya dan bahasa dapat membuat bisnis usaha internasional yang berisiko untuk kecil dan perusahaan

berukuran sedang. Hambatan masuk yang membatasi ekspansi internasional secara sistematis lebih tinggi untuk perusahaan-perusahaan kecil daripada perusahaan besar (Zoltan J. Acs, Randall Morck, J. Myles Shaver, Bernard Yeung, 1997).

Ada dua perspektif utama pada proses internasionalisasi usaha kecil dan menengah (UMKM). Yang pertama merasakan internasionalisasi UMKM sebagai sekuensial. Proses yang mengarah dari dalam negeri pasar ke pasar internasional sesuai dengan "proses pembelajaran," dimana pengetahuan tentang pasar baru diakuisisi dan sumber daya yang semakin berkomitmen untuk pasar tersebut (Johanson dan Vahlne 1990, 1977; Cavusgil 1980; Bilkey dan Tesar 1977 dalam Julia M. Armario, David M. Ruiz, and Enrique M. Armario, 2008).

Yang kedua perspektif, berasal dari internasional literature kewirausahaan, berpendapat bahwa perusahaan dapat "lahir global" (Rialp, Rialp, dan Knight Andersson dan Victor, McDougall, Oviatt, dan Shrader, Kuemmerle, McDougall dan Oviatt, Madsen dan Servais, Knight dan Cavusgil, McDougall, Shane, dan Oviatt dalam Julia M. Armario, David M. Ruiz, and Enrique M. Armario, 2008). Keadaan saat Penelitian menunjukkan bahwa, dalam industri dewasa ini mana perubahan lingkungan adalah minimal, perspektif berurutan pada internasionalisasi yang lebih tepat, sedangkan, dalam industri tumbuh.

Perspektif kedua menyediakan lebih baik pemahaman internasionalisasi fenomena. Penilaian dari penerapan dua perspektif adalah didasarkan pada pengamatan bahwa, dalam tahap awal, internasionalisasi UMKM dapat dipengaruhi oleh siklus hidup tahap industri (Andersson dalam Julia M. Armario, David M. Ruiz, and Enrique M. Armario, 2008). Penelitian juga menunjukkan bahwa kepemilikan kompetensi tertentu dapat memfasilitasi pengembangan perusahaan strategi

internasionalisasi, terutama pada tahap awal dari proses (Li, Li, dan Dalgic, Yip, Gómez, dan Monti dalam Julia M. Armario, David M. Ruiz, and Enrique M. Armario, 2008).

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang paling dapat bertahan ketika krisis ekonomi melanda negeri ini. Perkembangan jumlah unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah yang terus meningkat, tentunya akan dapat membuka lapangan kerja yang besar. Namun demikian usaha kecil ini masih dipandang sebagai usaha yang lemah kinerjanya.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) saat ini memiliki peran yang sangat besar terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi nasional, hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei dan perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei dan perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM terhadap PDB (tanpa migas) pada Tahun 1997 tercatat sebesar 62,71 persen dan pada Tahun 2002 kontribusinya meningkat menjadi 63,89 persen.

Perbandingan komposisi PDB menurut kelompok usaha pada Tahun 1997 dan 2003. Hal ini mendapatkan perhatian dari pengamat ekonomi di Indonesia, dan bahkan ekonomi kerakyatan dan instansi-instansi pemerintah serta semua pihak yang mempunyai kepedulian atas kelangsungan ekonomi kerakyatan, setelah mengalami kegagalan terhadap system ekonomi konglomerasi pada waktu krisis moneter di Indonesia. Sehingga saat ini perhatian menjadi lebih terfokus pada para pengusaha

kecil, menengah dan koperasi yang ternyata mampu menunjukkan eksistensinya dengan tetap survive dalam menghadapi perubahan-perubahan dalam dunia usaha.

UMKM menjadi tumpuan bagi 99,45% tenaga kerja di Indonesia selama periode 2000-2003, UMKM ternyata mampu membuka lapangan kerja baru bagi 9,6 juta orang, sementara usaha besar hanya mampu membuka lapangan kerja baru bagi 55.760 orang. Selain itu kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas nasional sebesar 19,9%. Dengan demikian bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia sangatlah diperlukan. Dengan demikian Usaha kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya. Ketersediaan bahan baku lokal bagi industri kecil dan menengah merupakan keunggulan tersendiri yang memungkinkan dapat beroperasi secara efisien.

Karena UMKM sangat berperan penting, maka diperlukan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan dan menciptakan UMKM agar dapat bersaing dengan usaha besar dan seharusnya juga UMKM dapat dijadikan sentra usaha yang diandalkan.

Seringkali kita menganggap UMKM adalah industri kecil atau industri rumah tangga, walaupun secara garis besar kenyataannya adalah seperti itu tapi tidak menutup kemungkinan bahwa UMKM mampu bersaing dengan usaha besar asalkan pemerintah ikut andil terhadap kegiatan UMKM seperti kebijakan-kebijakan yang melindungi UMKM dari persaingan tidak sehat.

Adapun kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemerintah sebagai berikut :

- 1) Mengembangkan UMKM sebagai produsen
- 2) Memperkuat kelembagaan
- 3) Memperluas basis dan kesempatan berusaha
- 4) Membangun koperasi

Banyak usaha besar berawal dari UMKM karena memang sebagian besar pelaku bisnis adalah orang-orang yang memulai usahanya dengan berkecimpung di dunia UMKM. Mereka merintis usahanya dari UMKM dengan modal yang sedikit dan akhirnya dari UMKM yang menjanjikan tersebut mereka menjadikan usahanya usaha yang besar dan sukses.

Karena dampak dari kegiatan UMKM membuahkan hasil yang positif, maka pengembangan UMKM yang memiliki potensi sangat diperlukan untuk menstabilkan perekonomian Indonesia, peningkatan tenaga kerja, mengembangkan dunia usaha, dan penambahan pendapatan negara dari pajak UMKM.

UMKM sangat berpengaruh besar terhadap pembangunan perekonomian nasional sebab UMKM memberikan kesempatan berusaha untuk para pelaku bisnis atau para pelaku ekonomi, yaitu mereka dapat menciptakan kreasi-kreasi baru untuk memajukan negara dan menjadikan negara yang mandiri serta mewujudkan negara Indonesia sebagai negara dengan berlandaskan ekonomi kerakyatan.

Masalah apa yang merupakan sebuah perusahaan kecil atau menengah merupakan perhatian utama di literatur UMKM. Penulis yang berbeda, dalam banyak kasus telah memberikan definisi yang berbeda semacam bisnis ini. UMKM memang belum terhindar dengan masalah definisi yang biasanya terkait dengan konsep dan dengan banyak komponen. Definisi perusahaan berdasarkan ukuran bervariasi antara

peneliti. Beberapa upaya untuk menggunakan aset modal; yang lain menggunakan keterampilan tenaga kerja dan tingkat turnover. Beberapa bahkan mendefinisikan UMKM dalam hal status hukum mereka dan metode produksi (Joshua Abor and Charles K.D. Adjasi, 2007).

Weston dan Copeland (Joshua Abor and Charles K.D. Adjasi, 2007) berpandangan bahwa, definisi dari ukuran perusahaan menderita kurangnya penerapan universal. Hal ini dalam pandangan mereka adalah karena perusahaan dapat dipahami dari segi berbagai. Ukuran telah didefinisikan dalam konteks yang berbeda, dalam hal jumlah karyawan, omset tahunan, industri perusahaan, kepemilikan perusahaan dan nilai aktiva tetap.

Pengertian Usaha Mikro Kecil Dan Menengah dapat dilihat dari beberapa aspek. Dalam perekonomian Indonesia, sektor usaha kecil dan menengah memegang peranan penting, terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil dan menengah tersebut. Selain memiliki arti strategis bagi pembangunan, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah juga berfungsi sebagai sarana untuk pemeratakan hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai. Adapun yang menjadi bagian dari usaha kecil dan menengah adalah: sektor pertanian, sektor perdagangan, sektor perdagangan, sektor perdagangan, sektor pertambangan, pengolahan, sektor jasa, dan lainnya. Ada beberapa pengertian Usaha Mikro Kecil Dan Menengah dari berbagai pendapat Tulus Tambunan, antara lain:

- 1) Pengertian usaha kecil berdasarkan surat edaran Bank Indonesia No.26/I/UKK tanggal 29 Mei 1993 perihal Kredit Usaha Kecil (KUK) adalah usaha yang memiliki total asset Rp60 juta (enam ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah atau rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil ini meliputi

usaha perseorangan, badan usaha swasta dan koperasi, sepanjang asset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp600 juta.

- 2) Menurut Departemen Perindustrian dan perdagangan, pengusaha kecil dan menengah adalah kelompok industri modern, industri tradisional, dan industri kerajinan, yang mempunyai investasi, modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp 70 juta ke bawah dengan resiko investasi modal/tenaga kerja Rp 625.000 ke bawah dan usahanya dimiliki warga Negara Indonesia.
- 3) Menurut Badan Pusat Statistik, usaha menengah dibagi kedalam beberapa bagian, yaitu: (i) Usaha Rumag tangga mempunyai: 1-5 tenaga kerja, (ii) Usaha Mikro Kecil Dan Menengah: 6-19 tenaga kerja, (iii) Usaha menengah: 20-29 tenaga kerja, (iv) Usaha besar: lebih dari 100 tenaga kerja.
- 4) Sedangkan dalam konsep Inpres UMKM, yang dimaksud dengan UMKM adalah kegiatan ekonomi dengan kriteria: (i) Asset Rp 50 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, (ii) Omset Rp 250 milyar

Sedangkan berdasarkan UU No.10/1995 tentang usaha kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal yaitu berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, dan usaha kecil tradisional yaitu usaha yang telah digunakan secara turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni budaya. Universitas Sumatera Utara

Sektor UMKM sering dianggap sebagai homogen, perilaku yang ukuran karakteristik mendefinisikan dan menjelaskan nya. Sementara ukuran adalah faktor,

dan banyak UMKM mungkin sesuai dengan seperti pandangan, ada internal lainnya dan eksternal dinamika yang menjelaskan karakteristik perilaku mereka. Perilaku UMKM sering dipahami dalam hal karakteristik psikologis pengusaha atau 'manager pemilik'; UMKM cenderung memiliki gaya pribadi dari manajemen dan kurangnya struktur manajemen formal dengan Staf khusus (Bolton dalam Heledd Jenkins, 2009).

Mendorong inovasi dalam kecil dan menengah (UMKM) tetap di jantung inisiatif kebijakan untuk merangsang pembangunan ekonomi di tingkat lokal, regional, tingkat nasional dan Eropa (Jones dan Tilley dalam Tim Edwards, Rick Delbridge dan Max Munday, 2005). Di Inggris, ini dapat ditelusuri kembali ke munculnya New Tepat di tahun 1980-an dan kematian korporatis yang perspektif 'besar indah dan penggantiannya dengan logika kewirausahaan dalam merangsang pertumbuhan ekonomi (Hutton, dalam Tim Edwards, Rick Delbridge dan Max Munday, 2005). Pada tingkat teoritis, inovasi juga telah efisiensi diganti sebagai fokus penting dari banyak teori bangunan dan analisis kebijakan dengan efisiensi menjadi tambahan yang diperlukan untuk inovasi (Clark dan Staunton, dalam Tim Edwards, Rick Delbridge dan Max Munday, 2005).

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) mempunyai menunjukkan makin kuatnya posisi UMKM dalam peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi kebijakan pembangunan nasional. Persoalan dan industri suatu negara (Husband and Purnendu, mendasar dari hal tersebut adalah bagaimana 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). Usaha implementasi kebijakan-kebijakan tersebut, kecil penting untuk dikaji karena mempunyai sehingga UMKM di Indonesia betul-betul menjadi peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi pelaku

ekonomi yang mempunyai kontribusi besar pada skala nasional dan regional. Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UMKM (Lin, 1998).

Pengertian dan karakter usaha kecil dan menengah di Indonesia masih beragam dan tergantung dari konsep yang digunakan. Usaha Kecil masih sering identik dengan pengusaha golongan ekonomi lemah sehingga sampai saat ini masih banyak perbedaan pendapat tentang definisi Usaha kecil.

Kriteria usaha kecil di Indonesia berbeda-beda tergantung pada fokus permasalahan yang dituju dan di instansi yang berkaitan dengan sektor ini. Badan pusat Statistik (BPS) secara konsisten sejak tahun 1974 menggunakan pedoman jumlah tenaga kerja dalam mendefinisikan usaha kecil bilamana suatu usaha menggunakan jumlah tenaga kerja antara 5 dan 19 orang dikategorikan sebagai Usaha Kecil.

Departemen perindustrian, pada tahun 1990, mengemukakan kriteria usaha kecil dari sisi finansial, yaitu usaha yang nilai asetnya (tidak termasuk rumah dan tanah), dibawah Rp. 600.000.000. sementara menurut Kamar dagang dan industri (KADIN), sektor usaha yang tergolong kecil kalau memiliki modal aktif di bawah Rp. 150.000.000. dengan turn over di bawah Rp. 600.000.000 per tahun, kecuali untuk sektor konstruksi dengan batasan memiliki modal aktif dibawah Rp. 250.000.000. dengan turn over dibawah Rp. 1 milyar per tahun.

Pada tahun 1990 Bank Indonesia menentukan kriteria usaha kecil dari sisi finansial, yaitu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan), dibawah Rp. 600.000.000. Dengan adanya Undang-undang tentang Usaha Kecil, maka paling tidak ada acuan formal tentang pengertian usaha kecil. Di dalam UU No.9 /1999

tentang Usaha Kecil disebutkan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih/hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur didalam Undang-undang ini. Untuk lebih jelas dengan menggunakan angka nilai asset netto, dijelaskan dalam UU No.9 /1999 ditetapkan bahwa Usaha kecil adalah suatu unit usaha yang memiliki nilai asset netto (tidak termasuk tanah dan bangunan) yang tidak melebihi Rp. 200 juta, atau penjualan per tahun tidak lebih besar dari 1 miliar. Sedangkan menurut Inpres No. 10/1999 tersebut, Usaha Menengah adalah suatu unit dengan nilai asset netto (di luar tanah dan gedung) antara Rp 200 juta hingga Rp 10 miliar.

Di negara berkembang seperti Indonesia, industri usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung ekonomi negara. Pertumbuhan UMKM yang meningkat 6% setiap tahun, pertumbuhannya terus didorong oleh banyak pihak, termasuk pemerintah dan lembaga swasta yang kerap melakukan pembinaan dan pendampingan usaha. Walau begitu, dalam perkembangannya tentu tak lepas dari masalah.

Permasalahan yang umum ditemui, banyak dari pelaku usaha masih enggan mengenal teknologi internet untuk mengembangkan usahanya. Padahal pemanfaatan teknologi, informasi, dan jaringan internet semakin mudah dijangkau dan digunakan bahkan untuk orang awam sekalipun. Masyarakat Indonesia memiliki kreativitas yang beragam, hal itu sangat berpotensi membangun UMKM yang memiliki daya saing tinggi. Hanya saja sebagian orang tidak tahu cara membangun suatu produk menjadi dikenal dan punya potensi pasar yang luas dengan pemanfaatan teknologi internet.

Kondisi tersebut merupakan kesempatan yang kini dimanfaatkan oleh para penggiat teknologi yang turut serta membantu para pelaku UMKM mengadaptasi

layanan berbasis teknologi untuk menjalankan pemasaran secara *online*, sehingga dari hal ini bisa menciptakan ragam peluang baru yang menguntungkan. Sebagai salah satu contohnya, jika pelaku usaha memiliki produk sebuah kerajinan tangan yang unik, Mereka bisa menjualnya secara online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan seperti contohnya dengan memanfaatkan banyak layanan *marketplace online* seperti; [Elevenia](#), [Kaskus FJB](#), [OLX Tokobagus](#), [BukaLapak](#), hingga [CraftLine](#) yang fokus pada layanan jual beli kerajinan tangan.

Pelaku usaha tidak perlu mengerti bahasa pemrograman untuk membuat sebuah situs penjualan, banyak startup lokal yang menyediakan layanan pembuatan *website* dengan harga yang variatif. Sebut saja [Jarvis Store](#), [Sirclo](#), atau [Nurbaya](#). Dengan begitu, para pelaku usaha cukup fokus pada produksinya saja.

Melihat manfaat yang bisa didapatkan dengan memiliki toko *online*, tentu saja memberikan tugas baru bagi para pelaku usaha yang masih asing dengan industri ini. Ada baiknya jika para pelaku usaha memiliki sedikit pengetahuan dasar tentang *Search Engine Optimizer*, *keyword*, *backlink*, dan sebagainya.

Karena mempelajari teknologi masa kini bukanlah sesuatu yang percuma, langkah tersebut diharapkan oleh pemerintah demi menghadapi pasar bebas 2015. Walaupun demikian, perusahaan seperti [Gopher Indonesia](#) dapat memberikan solusi untuk memacu bisnis digital para pelaku UMKM dengan menyediakan layanan advertising yang profesional.

Pertumbuhan positif industri ini jelas memberi prospek yang menjanjikan. Meskipun begitu, pemerintah belum banyak campur tangan langsung menaungi industri digital untuk kelas menengah.

3. Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia

Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Karena dengan UMKM ini, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi Krisis Ekonomi 1998, hanya sektor UMKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis.

Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa UMKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu survive karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap unbankable. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor.

Selama 1997-2006, jumlah perusahaan berskala UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Sumbangan UMKM terhadap produk domestik bruto mencapai 54%-57%. Sumbangan UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja sekitar 96%. Sebanyak 91% UMKM melakukan kegiatan ekspor melalui pihak ketiga eksportir/pedagang perantara. Hanya 8,8% yang berhubungan langsung dengan pembeli/importer yang bertempat tinggal/berkewarganegaraan luarnegeri.

Kualitas jasa juga dapat dimaksimalkan dengan adanya penguasaan teknologi. Penguasaan teknologi ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengelolaan, sehingga organisasi dapat lebih terkontrol dengan mudah. Oleh sebab itu, organisasi harus selalu mengikuti dinamika perubahan teknologi yang terjadi.

Ada beberapa alasan mengapa UMKM dapat bertahan di tengah krisis moneter 1997 lalu. Pertama, sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan. Kedua, sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari bank.

Implikasinya keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi sektor ini. Berbeda dengan sektor perbankan bermasalah, maka UMKM ikut terganggu kegiatan usahanya. Sedangkan usaha berkala besar dapat bertahan. Di Indonesia, UMKM mempergunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah.

Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu, UMKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. UMKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Dengan bukti ini, jelas bahwa UMKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua

departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi dan UMKM.

Namun, usaha pengembangan yang telah dilaksanakan masih belum memuaskan hasilnya karena pada kenyataannya kemajuan UMKM sangat kecil dibandingkan dengan kemajuan yang sudah dicapai usaha besar. Pelaksanaan kebijaksanaan UMKM oleh pemerintah selama Orde Baru, sedikit saja yang dilaksanakan, lebih banyak hanya merupakan semboyan saja sehingga hasilnya sangat tidak memuaskan. Pemerintah lebih berpihak pada pengusaha besar hampir di semua sektor, antara lain perdagangan, perbankan, kehutanan, pertanian dan industri.

Dengan adanya kebijakan dan dukungan yang lebih besar seperti perijinan, teknologi, struktur, manajemen, pelatihan dan pembiayaan, UMKM diharapkan dapat berkembang pesat. Perkembangan UMKM diharapkan dapat bersaing sehat dengan pasar besar di tengah bebasnya pasar yang terjadi saat ini. Selain itu, UMKM dapat diharapkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan sehingga terciptanya kekompetitifan dan stabilitas perekonomian Indonesia yang baik.

Peranan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia pada dasarnya sudah besar sejak dulu. Namun demikian sejak krisis ekonomi melanda Indonesia, peranan UMKM meningkat dengan tajam. Data dari Biro Pusat Statistik¹ (BPS). menunjukkan bahwa persentase jumlah UMKM dibandingkan total perusahaan pada tahun 2001 adalah sebesar 99,9%. Pada tahun yang sama, jumlah tenaga kerja yang terserap oleh sektor ini mencapai 99,4% dari total tenaga kerja. Demikian juga sumbangannya pada Produk Domestik Bruto

(PDB) juga besar, lebih dari separuh ekonomi kita di dukung oleh produksi dari UMKM (59,3%).

Data-data tersebut menunjukkan bahwa peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sentral dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output. Meskipun peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sentral, namun kebijakan pemerintah maupun pengaturan yang mendukungnya sampai sekarang dirasa belum maksimal. Hal ini dapat dilihat bahkan dari hal yang paling mendasar seperti definisi yang berbeda untuk antar instansi pemerintahan. Demikian juga kebijakan yang diambil yang cenderung berlebihan namun tidak efektif, hingga kebijakan menjadi kurang komprehensif, kurang terarah, serta bersifat tambal-sulam.

Padahal UMKM masih memiliki banyak permasalahan yang perlu mendapatkan penanganan dari otoritas untuk mengatasi keterbatasan akses ke kredit bank/sumber permodalan lain dan akses pasar. Selain itu kelemahan dalam organisasi, manajemen, maupun penguasaan teknologi juga perlu dibenahi. Masih banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM membuat kemampuan UMKM berkiprah dalam perekonomian nasional tidak dapat maksimal.

Salah satu permasalahan yang dianggap mendasar adalah adanya kecenderungan dari pemerintah dalam menjalankan program untuk pengembangan UMKM seringkali merupakan tindakan koreksi terhadap kebijakan lain yang berdampak merugikan usaha kecil (seperti halnya yang pernah terjadi di Jepang di mana kebijakan UMKM diarahkan untuk mengoreksi kesenjangan antara usaha besar dan UMKM), sehingga sifatnya adalah tambal-sulam. Padahal seperti kita ketahui bahwa diberlakukannya kebijakan yang bersifat tambal-sulam membuat tidak

adanya kesinambungan dan konsistensi dari peraturan dan pelaksanaannya, sehingga tujuan pengembangan UMKM pun kurang tercapai secara maksimal. Oleh karena itu perlu bagi Indonesia untuk membenahi penanganan UMKM dengan serius, agar supaya dapat memanfaatkan potensinya secara maksimal.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah adalah usaha yang dijalankan oleh 1 atau 2 orang saja, atau usaha yang memiliki modal lebih kecil dari Rp. 50.000.000, disebut usaha kecil dan usaha memiliki modal lebih kecil dari Rp. 200.000.000 disebut usaha menengah. tetapi ada pula yang menyebutkan usaha yang dijalankan 50-60 orang masih tergolong Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Wiraswasta dalam usaha bisnis menengah dan kecil sangat menunjang perekonomian bangsa Indonesia dikarenakan dengan adanya unit usaha kecil dan menengah selain mengurangi jumlah angka pengangguran UMKM juga berperan penting yang dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu jumlah unit usaha yang terbentuk, penyerapan tenaga kerja, perannya dalam peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan sumbangannya terhadap ekspor nasional. Dalam kurun waktu 1997-2001 rata-rata unit UMKM secara nasional mencapai 99,81% dari total perusahaan yang ada. Oleh sebab itu pemerintah harus ikut campur tangan mengenai pengembangan dan kelangsungan Hidup suatu usaha kecil dan menengah, dengan cara memberi modal pinjaman tunai dengan bungah rendah.

Agar UMKM dapat bersaing dalam pasar nasional dengan unit usaha yang dikelola oleh Investor Asing. Dikarenakan banyak UMKM yang sudah tidak Bangkrut dikarenakan kalah bersaing dengan pasar-pasar moderen di karenakan kekurangan modal dan tidak mampu melunasi bunga pinjaman yang tinggi. Berkaitan dengan pertumbuhan UMKM tersebut, perlu dilihat hubungan antara

pertumbuhan UMKM dengan kemiskinan pada masyarakat, dan juga peran UMKM mengurangi kemiskinan sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah kebijakan yang dapat ditempuh dalam pengembangan UMKM dalam rangka mengurangi kemiskinan. Namun jika pemerintah tidak campur tangan dalam UMKM maka dengan sendirinya UMKM akan semakin merosotkan petani usaha kecil disektor pertanian dan perdagangan.

Dengan semakin merosotnya peran usaha kecil di sektor pertanian dan perdagangan, maka dua penyumbang besar terhadap nilai tambah dari kelompok usaha kecil ini dominasinya juga akan semakin mengecil dalam pembentukan PDB. Sehingga jika kecenderungan ini dibiarkan maka posisi usaha kecil akan kembali seperti sebelum krisis atau bahkan mengecil. Sementara itu usaha menengah yang sejak krisis mengalami kemerosotan diberbagai sektor, maka posisi usaha menengah semakin tidak menguntungkan. Padahal dalam proses modernisasi dan demokratisasi peranan kelas menengah ini sangat penting terutama untuk meningkatkan daya saing. Karena usaha menengah lebih mudah melakukan modernisasi dan mengembangkan jaringan ke luar negeri dalam rangka perluasan pasar

Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Karena dengan UMKM ini, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UMKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi Krisis Ekonomi 1998, hanya sektor UMKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa UMKM terbukti tahan

terhadap krisis dan mampu survive karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri.

Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap unbankable. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor. Selama 1997-2006, jumlah perusahaan berskala UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Sumbangan UMKM terhadap produk domestik bruto mencapai 54%-57%. Sumbangan UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja sekitar 96%. Sebanyak 91% UMKM melakukan kegiatan ekspor melalui pihak ketiga eksportir/pedagang perantara. Hanya 8,8% yang berhubungan langsung dengan pembeli/importir di luar negeri. Kualitas jasa juga dapat dimaksimalkan dengan adanya penguasaan teknologi. Penguasaan teknologi ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengelolaan, sehingga organisasi dapat lebih terkontrol dengan mudah. Oleh sebab itu, organisasi harus selalu mengikuti dinamika perubahan teknologi yang terjadi.

Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.” Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran dalam berkontribusi dalam menanggulangi kemiskinan dapat dilihat dari pernyataan berikut”: Peran penting UMKM itu sendiri dapat ditinjau dari beberapa aspek, yaitu jumlah unit usaha yang terbentuk, penyerapan tenaga kerja, perannya dalam peningkatan produk domestikbruto (PDB) dan sumbangannya terhadap ekspor nasional.”

Apabila UMKM berkontribusi untuk menanggulangi kemiskinan maka UMKM juga turut serta berperan meningkatkan kualitas hidup manusia di Indonesia. UMKM merupakan suatu bisnis, didalam bisnis ada fungsi sumber daya manusia yang penting “Dave Ulrich lists the functions of HR as: aligning HR and business strategy, re engineering organization processes, listening and responding to employees, and managing transformation and change.”

Beberapa ahli SDM mengajukan peran-peran tersebut sebagai peran baru SDM yang terkait dengan strategi organisasi. Di Indonesia, UMKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. Jumlah UMKM hingga 2011 mencapai sekitar 52 juta. UMKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Dari tabel dibawah dapat dilihat perkembangan UMKM dari tahun 2001-2012 menunjukkan perkembangan yang positif.

Sering manajer pemilik - UMKM pembuat kunci keputusan dan bertanggung jawab untuk mengelola dan menghadiri banyak fungsi yang dilakukan dalam organisasi, seperti perbankan, periklanan, perekrutan, atau bahkan pembelian alat tulis. Penggunaan spesialis, seperti iklan atau perekrutan agen, adalah langka (Culkin dan Smith dalam Pierre Berthon, Michael T. Ewing, and Julie Napoli, 2008). Lebih Lanjut, UMKM sering menghadapi kendala sumber daya, baik dari segi waktu dan uang, yang mengakibatkan banyak pemilik-manajer mengadopsi apa yang bisa digambarkan sebagai "mentalitas bertahan hidup".

Ini barangkali diperburuk oleh fakta bahwa perencanaan strategis dalam UMKM sering terbatas (Huang, Soutar, dan Brown, Orser, Hogarth-Scott, dan Kuda Gilmore et al. dalam Pierre Berthon, Michael T. Ewing, and Julie Napoli,

2008). Dengan demikian, manajemen gaya dalam UMKM adalah salah satu yang sangat unik dan pribadi untuk setiap perusahaan (Culkin dan Smith, Gilmore et al. dalam Pierre Berthon, Michael T. Ewing, and Julie Napoli, 2008).

Sektor UMKM sering dianggap sebagai homogen, karakteristik mendefinisikan menjelaskannya Perilaku yang ukuran. Sementara ukuran adalah faktor, dan banyak UMKM mungkin sesuai dengan seperti pandangan, ada internal lainnya dan eksternal dinamika yang menjelaskan karakteristik perilaku mereka. Perilaku UMKM sering dipahami dalam hal karakteristik psikologis pengusaha atau 'manager pemilik'; UMKM cenderung memiliki gaya pribadi dari manajemen dan kurangnya struktur manajemen formal dengan Staf khusus (Bolton dalam Heledd Jenkins, 2009).

4. Perkembangan UMKM di Indonesia

Perkembangan peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang besar ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan nasional, dan penyediaan lapangan kerja. Pada tahun 2003, persentase jumlah UMKM sebesar 99,9 persen dari seluruh unit usaha, yang terdiri dari usaha menengah sebanyak 62,0 ribu unit usaha dan jumlah usaha kecil sebanyak 42,3 juta unit usaha yang sebagian terbesarnya berupa usaha skala mikro. UMKM telah menyerap lebih dari 79,0 juta tenaga kerja atau 99,5 persen dari jumlah tenaga kerja pada tahun 2004 jumlah UMKM diperkirakan telah melampaui 44 juta unit. Jumlah tenaga kerja ini meningkat rata-rata sebesar 3,10 persen per tahunnya dari posisi tahun 2000. Kontribusi UMKM dalam PDB pada tahun 2003 adalah sebesar 56,7 persen dari total PDB nasional, naik dari 54,5 persen pada tahun 2000. Sementara itu pada tahun 2003, jumlah koperasi sebanyak 123 ribu unit dengan jumlah anggota

sebanyak 27.283 ribu orang, atau meningkat masing-masing 11,8 persen dan 15,4 persen dari akhir tahun 2001.

Berbagai hasil pelaksanaan kebijakan, program dan kegiatan pemberdayaan koperasi dan UMKM pada tahun 2004 dan 2005, antara lain ditunjukkan oleh tersusunnya berbagai rancangan peraturan perundangan, antara lain RUU tentang penjaminan kredit UMKM dan RUU tentang subkontrak, RUU tentang perkreditan perbankan bagi UMKM, RPP tentang KSP, tersusunnya konsep pembentukan biro informasi kredit Indonesia, berkembangnya pelaksanaan unit pelayanan satu atap di berbagai kabupaten/kota dan terbentuknya forum lintas pelaku pemberdayaan UMKM di daerah, terselenggaranya bantuan sertifikasi hak atas tanah kepada lebih dari 40 ribu pengusaha mikro dan kecil di 24 propinsi, berkembangnya jaringan layanan pengembangan usaha oleh *BDS providers* di daerah disertai terbentuknya asosiasi *BDS providers* Indonesia, meningkatnya kemampuan permodalan sekitar 1.500 unit KSP/USP di 416 kabupaten/kota termasuk KSP di sektor agribisnis, terbentuknya pusat promosi produk koperasi dan UMKM, serta dikembangkannya sistem insentif pengembangan UMKM berorientasi ekspor dan berbasis teknologi di bidang agroindustri. Hasil-hasil tersebut, telah mendorong peningkatan peran koperasi dan UMKM terhadap perluasan penyediaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan peningkatan pendapatan.

Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya

kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan. Sementara itu, 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 praktek-praktek berkoperasi yang benar (*best practices*) telah menyebabkan rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi. Bersamaan dengan masalah tersebut, koperasi dan UMKM juga menghadapi tantangan terutama yang ditimbulkan oleh pesatnya perkembangan globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bersamaan dengan cepatnya tingkat kemajuan teknologi.

Secara umum, perkembangan koperasi dan UMKM dalam tahun 2006 diperkirakan masih akan menghadapi masalah mendasar dan tantangan sebagaimana dengan tahun sebelumnya, yaitu rendahnya produktivitas, terbatasnya akses kepada sumber daya produktif, rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi, dan tertinggalnya kinerja koperasi.

Pada tahun 2008, kontribusi UMKM terhadap penciptaan devisa nasional melalui ekspor non migas mengalami peningkatan sebesar Rp. 40,75 triliun atau 28,49% yaitu dengan tercapainya angka sebesar Rp. 183,76 triliun atau 20,17% dari total nilai ekspor non migas nasional (www.bps.go.id). Selanjutnya pada tahun 2008,

kontribusi UMKM terhadap total PDB nasional adalah sebesar Rp. 1.165,26 triliun atau 58,33%.

Kemudian pada tahun 2008, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 90.896.270 orang atau 97,04% dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Jumlah ini meningkat sebesar 2,43% atau 2.156.526 orang dibandingkan tahun sebelumnya. UMKM masih akan menjadi primadona bagi pengembangan ekonomi daerah di masa mendatang. Banyak program yang telah dijalankan untuk memberdayakan UMKM sejak hampir 10 tahun yang lalu, namun hasilnya sampai saat ini belum menggembirakan. Sehingga perlu dicari Model baru yang berbeda dengan yang sebelumnya agar UMKM tidak jalan di tempat.

Dibutuhkan usaha-usaha strategik guna memberdayakan UMKM agar dapat menjadi penopang perekonomian lokal seperti yang terjadi di Jepang dan Taiwan. Oleh karena itu upaya mengembangkan dan memberdayakan UMKM agar hasil yang diperoleh memiliki *multiplier effect* yang tinggi menjadi sangat penting saat ini, khususnya dalam meningkatkan daya saing. Dengan daya saing itu diharapkan bisa meningkatkan pendapatan UMKM, tidak tergilas perdagangan bebas, dan berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kini UMKM memiliki peluang untuk terus berkembang.

Perkembangan UMKM di Indonesia masih terhambat sejumlah persoalan. Beberapa hal yang masih menjadi penghambat dalam pengembangan UMKM ditinjau dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal UMKM, dimana penanganan masing-masing faktor harus bersinergi untuk memperoleh hasil yang maksimal, yaitu: (1) Faktor Internal : merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu lemah dalam segi permodalan dan segi manajerial (kemampuan manajemen,

produksi, pemasaran *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif* - 3 dan sumber daya manusia); (2) Faktor Eksternal : merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM, misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih antar institusi.

5. Pengembangan UMKM Dan Kemitraan Usaha

Usaha Kecil Menengah (UMKM) umumnya masih memiliki modal dan jaringan bisnis yang sangat kecil. Namun dalam skala kecil ini, UMKM semakin dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sangat tinggi. Belum lagi tuntutan bagi UMKM untuk memenuhi permintaan barang dengan harga murah, kualitas tinggi dan jumlah ketersediaan yang harus selalu stabil. Tentu tuntutan ini akan membuat Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) mengalami kesulitan memenuhi permintaan konsumen yang sangat tinggi, sementara biaya operasional dan biaya produksi, tariff listrik serta biaya lainnya juga semakin tinggi terkadang memicu kegagalan Usaha Kecil Menengah mengembangkan bisnisnya. Bahkan hal ini bisa menyebabkan kebangkrutan. Namun, sekarang ada pola **pengembangan UMKM dan Kemitraan Usaha** untuk membantu perkembangan UMKM.

Keberadaan UMKM di Indonesia sangat penting karena UMKM mampu menyumbang 60% dari pendapatan serta dapat menampung banyak tenaga kerja. Tapi sayangnya UMKM masih belum dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dari pemerintah dan usaha-usaha besar lainnya. Sehingga perlulah adanya suatu kemitraan, yaitu hubungan antara UMKM dengan Usaha Besar. **Kemitraan** adalah strategi usaha yang dilakukan oleh dua pihak untuk mendapatkan keuntungan

maksimal bagi masing-masing pihak. Ada beberapa **Pola Kemitraan Usaha** yang dapat membantu perkembangan UMKM, diantaranya:

- 1) Pola Sub Kontrak, adalah hubungan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar dimana didalam perjanjiannya UMKM adalah produsen atau pemasok dari komponen yang dibutuhkan oleh usaha besar untuk dijadikan bagian dari produksinya.
- 2) Pola Inti Plasma, yaitu hubungan kemitraan antara UMKM dengan UB (usaha besar) dimana usaha besar berperan sebagai inti dan UMKM selaku plasmanya.
- 3) Pola Keagenan, yaitu hubungan kemitraan dimana UMKM diberikan hak untuk memasarkan produk barang atau jasa usaha besar.
- 4) Pola Dagang Umum, yaitu hubungan kemitraan antara UMKM dengan usaha besar, dimana didalam perjanjiannya usaha besar memasarkan produk barang atau jasa UMKM atau UMKM yang memasok kebutuhan usaha besar sebagai mitranya.
- 5) Pola Waralaba, yaitu hubungan kemitraan antara UMKM dengan Usaha Besar dimana dalam perjanjiannya pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menggunakan merek dagang, lisensi dan saluran pendistribusiannya.

Dengan adanya **Pengembangan UMKM dan Kemitraan Usaha**, beberapa manfaat yang bisa didapat bagi kedua pihak yang melakukan mitra diantaranya:

- 1) Meningkatkan produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas.
- 2) Menurunkan resiko kerugian.

- 3) Memberikan social benefit yang cukup tinggi.
- 4) Meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional

a. Kemitraan Usaha dan Masalahnya

Dalam menghadapi persaingan di abad ke-21, UMKM dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang makin spesifik, berubah dengan cepat, produk berkualitas tinggi, dan harga yang murah . Salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM adalah melalui hubungan kerjasama dengan Usaha Besar (UB).

Kesadaran akan kerjasama ini telah melahirkan konsep supply chain management (SCM) pada tahun 1990-an. Supply chain pada dasarnya merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Pentingnya persahabatan, kesetiaan, dan rasa saling percaya antara industri yang satu dengan lainnya untuk menciptakan ruang pasar tanpa pesaing, yang kemudian memunculkan konsep blue ocean strategy.

Kerjasama antara perusahaan di Indonesia, dalam hal ini antara UMKM dan UB, dikenal dengan istilah kemitraan (Peraturan Pemerintah No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan). Kemitraan tersebut harus disertai pembinaan UB terhadap UMKM yang memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

Kemitraan merupakan suatu rangkaian proses yang dimulai dengan mengenal calon mitranya, mengetahui posisi keunggulan dan kelemahan usahanya, memulai

membangun strategi, melaksanakan, memonitor, dan mengevaluasi sampai target tercapai. Pola kemitraan antara UMKM dan UB di Indonesia yang telah dibakukan, menurut UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan PP No. 44 Tahun 1997 tentang kemitraan, terdiri atas 5 (lima) pola, yaitu : (1).Inti Plasma, (2).Subkontrak, (3).Dagang Umum, (4).Keagenan, dan (5).Waralaba.

Pola pertama, yaitu inti plasma merupakan hubungan kemitraan antara UMKM dan UB sebagai inti membina dan mengembangkan UMKM yang menjadi plasmanya dalam menyediakan lahan, penyediaan sarana produksi, pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi, perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha. Dalam hal ini, UB mempunyai tanggung jawab sosial (corporate social responsibility) untuk membina dan mengembangkan UMKM sebagai mitra usaha untuk jangka panjang.

Pola kedua, yaitu subkontrak merupakan hubungan kemitraan UMKM dan UB, yang didalamnya UMKM memproduksi komponen yang diperlukan oleh UB sebagai bagian dari produksinya. Subkontrak sebagai suatu sistem yang menggambarkan hubungan antara UB dan UMKM, di mana UB sebagai perusahaan induk (parent firma) meminta kepada UMKM selaku subkontraktor untuk mengerjakan seluruh atau sebagian pekerjaan (komponen) dengan tanggung jawab penuh pada perusahaan induk. Selain itu, dalam pola ini UB memberikan bantuan berupa kesempatan perolehan bahan baku, bimbingan dan kemampuan teknis produksi, penguasaan teknologi, dan pembiayaan.

Pola ketiga, yaitu dagang umum merupakan hubungan kemitraan UMKM dan UB, yang di dalamnya UB memasarkan hasil produksi UMKM atau UMKM

memasok kebutuhan yang diperlukan oleh UB sebagai mitranya. Dalam pola ini UB memasarkan produk atau menerima pasokan dari UMKM untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh UB.

Pola keempat, yaitu keagenan merupakan hubungan kemitraan antara UMKM dan UB, yang di dalamnya UMKM diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa UB sebagai mitranya. Pola keagenan merupakan hubungan kemitraan, di mana pihak prinsipal memproduksi atau memiliki sesuatu, sedangkan pihak lain (agen) bertindak sebagai pihak yang menjalankan bisnis tersebut dan menghubungkan produk yang bersangkutan langsung dengan pihak ketiga.

Pola kelima, yaitu waralaba merupakan hubungan kemitraan, yang di dalamnya pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen. Dalam pola ini UB yang bertindak sebagai pemberi waralaba menyediakan penjaminan yang diajukan oleh UMKM sebagai penerima waralaba kepada pihak ketiga.

Kemitraan dengan UB begitu penting buat pengembangan UMKM. Kunci keberhasilan UMKM dalam persaingan baik di pasar domestik maupun pasar global adalah membangun kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang besar. Pengembangan UMKM memang dianggap sulit dilakukan tanpa melibatkan partisipasi usaha-usaha besar. Dengan kemitraan UMKM dapat melakukan ekspor melalui perusahaan besar yang sudah menjadi eksportir, baru setelah merasa kuat dapat melakukan ekspor sendiri. Disamping itu, kemitraan merupakan salah satu solusi untuk mengatasi kesenjangan antara UMKM dan UB. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa tumbuh kembangnya UMKM di Indonesia tidak terlepas dari fungsinya sebagai mitra dari UB yang terikat dalam suatu pola kemitraan usaha.

Manfaat yang dapat diperoleh bagi UMKM dan UB yang melakukan kemitraan diantaranya adalah (1).meningkatkan produktivitas, (2).efisiensi, (3).jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas, (4).menurunkan resiko kerugian, (5).memberikan social benefit yang cukup tinggi, dan (6).meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional. Kemanfaatan kemitraan dapat ditinjau dari 3 (tiga) sudut pandang.

Pertama, dari sudut pandang ekonomi, kemitraan usaha menuntut efisiensi, produktivitas, peningkatan kualitas produk, menekan biaya produksi, mencegah fluktuasi suplai, menekan biaya penelitian dan pengembangan, dan meningkatkan daya saing. Kedua, dari sudut moral, kemitraan usaha menunjukkan upaya kebersamaan dan kesetaraan. Ketiga, dari sudut pandang sosial-politik, kemitraan usaha dapat mencegah kesenjangan sosial, kecemburuan sosial, dan gejolak sosial-politik. Kemanfaatan ini dapat dicapai sepanjang kemitraan yang dilakukan didasarkan pada prinsip saling memperkuat, memerlukan, dan menguntungkan.

Keberhasilan kemitraan usaha sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan di antara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnisnya. Pelaku-pelaku yang terlibat langsung dalam kemitraan harus memiliki dasar-dasar etikan bisnis yang dipahami dan dianut bersama sebagai titik tolak dalam menjalankan kemitraan. Menurut Keraf (1995) etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik sebagai pribadi maupun sebagai kelompok. Dengan demikian, keberhasilan

kemitraan usaha tergantung pada adanya kesamaan nilai, norma, sikap, dan perilaku dari para pelaku yang menjalankan kemitraan tersebut.

Disamping itu, ada banyak prasyarat dalam melakukan kemitraan usaha antara UMKM dan UB, diantaranya adalah harus adanya komitmen yang kuat diantara pihak-pihak yang bermitra. Kemitraan usaha memerlukan adanya kesiapan yang akan bermitra, terutama pada pihak UMKM yang umumnya tingkat manajemen usaha dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang rendah, agar mampu berperan sebagai mitra yang handal. Pembenahan manajemen, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan pementapan organisasi usaha mutlak harus diserasikan dan diselaraskan, sehingga kemitraan usaha dapat dijalankan memenuhi kaidah-kaidah yang semestinya.

Kegagalan kemitraan pada umumnya disebabkan oleh fondasi dari kemitraan yang kurang kuat dan hanya didasari oleh belas kasihan semata atau atas dasar paksaan pihak lain, bukan atas kebutuhan untuk maju dan berkembang bersama dari pihak-pihak yang bermitra.

Kalau kemitraan tidak didasari oleh etika bisnis (nilai, moral, sikap, dan perilaku) yang baik, maka dapat menyebabkan kemitraan tersebut tidak dapat berjalan dengan baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berjalan tidaknya kemitraan usaha, dalam hal ini antara UMKM dan UB, tergantung pada kesetaraan nilai-nilai, moral, sikap, dan perilaku dari para pelaku kemitraan. Atau dengan perkataan lain, keberhasilan kemitraan usaha tergantung pada adanya kesetaraan budaya organisasi.

b.SDM Terhadap UMKM

Saat ini banyak perusahaan yang memiliki banyak karyawan namun mereka tidak memiliki kemampuan untuk bekerja sesuai dengan pekerjaannya. Hal ini karena perusahaan salah dalam memilih atau merekrut karyawan. Pihak perusahaan hanya asal-asalan saja dalam merekrut karyawan padahal perusahaan perlu SDM yang baik agar bisa berkembang. Disinilah peran pimpinan sangat diperlukan untuk melakukan manajemen SDM bagi perusahaannya.

Demikian juga dengan manajemen SDM untuk UMKM. UMKM saat menjadi perhatian khusus oleh pemerintah karena Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ini mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Manajemen SDM untuk UMKM sangat penting agar usaha yang didirikan bisa berkembang dan tidak mengalami kebangkrutan. Biasanya SDM yang rendah itulah yang menyebabkan kegagalan usaha sehingga manajemen SDM benar-benar harus ditingkatkan jika anda menginginkan usaha anda maju dan berkembang.

Manajemen sumber daya manusia pada dasarnya merupakan perencanaan, pengembangan, perbaikan atau evaluasi kinerja karyawan dengan tujuan efektivitas dan bersifat langsung pada semua karyawan. Manajemen SDM ini terdiri dari perencanaan, pemilihan atau seleksi, pelatihan dan penilaian terhadap kinerja karyawan. UMKM didirikan dengan modal yang pas-pasan bahkan ada pula modalnya dari pinjaman pihak ketiga. Karena usaha ini bersifat kecil-kecilan maka diperlukan manajemen SDM yang baik agar usaha bisa berkembang.

Tahap awal dari manajemen ini adalah perencanaan dimana UMKM ini memerlukan pekerja dalam jumlah kecil atau banyak. Perencanaan tentang tenaga kerja ini terdiri dari berapa banyak pekerja yang dibutuhkan, apa saja yang akan mereka kerjakan atau pekerjaan apa yang akan mereka kuasai, struktur organisasi

dalam perusahaan yang akan dibangun dan juga segala hal yang menyangkut ketenagakerjaan.

Bila sudah merencanakan manajemen SDM untuk UMKM yang akan dibangun, anda bisa memilih atau menyeleksi tenaga kerja yang anda butuhkan sesuai dengan stuktur organisasi yang sudah dibentuk. Seleksi ini bukan hanya memudahkan pencarian tenaga kerja yang cocok namun dengan selekse SDM anda bisa menghindari tenaga kerja yang sia-sia. Untuk rekrutment karyawan anda bisa memilih karyawan yang berpotensi dan sesuai dengan kebutuhan anda.

Perlunya rekrutment karyawan sesuai dengan kebutuhan akan memperkecil biaya operasional perusahaan. Karena pekerja yang dipilih sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan sehingga biaya perusahaan bisa ditekan seminimal mungkin. Manajemen SDM ini difungsikan bukan hanya untuk jangka pendek namun jangka panjang pun perencanaan untuk rekrutment karyawan tetap harus dipertimbangkan untuk menggantikan karyawan yang tidak produktif lagi.

Setelah UMKM anda benar-benar mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan, anda bisa melakukan pengembangan, pelatihan dan evaluasi hasil kerja karyawan tersebut. Manajemen SDM sangat dipengaruhi oleh kinerja karyawan dalam jangka waktu beberapa lama untuk menentukan baik tidaknya pekerjaan mereka. Sebelum mereka bekerja, mereka harus mendapatkan pelatihan tentang apa yang akan mereka kerjakan. Baik bagi pimpinan perusahaan maupun karyawan manajemen SDM untuk UMK ini sangat bermanfaat ketika banyak persaingan usaha kecil dan menengah.

Semua aspek yang menyangkut karyawan harus dipahami dengan cermat. Setelah beberapa periode penilaian karyawan sangat diperlukan untuk mengetahui

bagaimana kinerja mereka. Manajemen SDM untuk UMKM ini sangat berpengaruh terhadap potensi perusahaan yang akan dijalankan atau sedang dijalankan. Bila manajemen tertata dengan baik tentu saja apa yang diharapkan akan tercapai.

Usaha kecil dan menengah bukan hanya memerlukan skill saja namun perencanaan atau manajemen bagi SDM juga sangat berpengaruh. Melihat dari banyaknya UMKM yang didirikan saat ini tentu saja harus ada perencanaan bisnis dan pengelolaan yang tepat.

Dasawarsa seperti sekarang ini aspek pengembangan sumber daya manusia menjadi pusat perhatian, khususnya di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sumber daya manusia merupakan *asset* yang paling penting dan berharga. Sumber daya manusia merupakan potensi dasar yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan peranannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif.

Dalam menghadapi globalisasi, peran serta UMKM menuju ekonomi pasar bebas menuntut terwujudnya jati diri dan eksistensinya sebagai ujung tombak dalam pembangunan ekonomi kecil dan menengah. SDM diperlukan dalam mendukung terciptanya UMKM dengan daya saing dan kualitas tinggi, baik itu manusia ataupun dalam produksinya.

Salah satu peran pentingnya UMKM bisa dilihat dari bagaimana usaha itu berdiri, bagaimana penyerapan tenaga kerja dan bagaimana hasil peningkatan produksinya. Adanya SDM yang handal dalam pengelolaan sistem seperti adanya pelatihan, pengembangan dan motivasi, maka diharapkan SDM menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam kemajuan perkembangan bisnis UMKM secara efektif, efisien dan keseluruhan.

Memperkuat SDM berarti memperkuat kontribusi, kemampuan dalam menopang bisnis itu sendiri sedangkan untuk meningkatkan kualitas SDM dapat dilakukan dengan cara mengembangkan kompetensinya. Hal ini sangatlah penting guna meningkatkan produktifitas yang didukung dengan perkembangan teknologi mengingat bahwa tidak sedikit para UMKM masih menggunakan cara-cara yang sederhana baik dalam penggunaan teknologi dan pemasarannya masih sangat terbatas.

Dalam menjalankan roda bisnis tidak lepas dari peran serta sumber daya manusianya, seberapa canggihnya teknologi yang digunakan, seberapa banyaknya sumber dana yang ada serta tanpa adanya sumber daya yang mendukung maka bisnis atau perusahaan tidak akan ada artinya.

Seiring dengan perkembangan lingkungan yang makin kompetitif, isu SDM pun semakin kompleks dan memunculkan isu bisnis yang berkaitan dengan SDM. Masalah utama yang dianggap sebagai isu bisnis yang berkaitan dengan SDM antara lain:

- 1) Mengelola SDM untuk menciptakan kemampuan (kompetensi) SDM

Perkembangan teknologi informasi maupun teknologi komunikasi menuntut perusahaan untuk memiliki SDM yang kompeten yaitu SDM yang memiliki bakat manajerial dengan pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan yang tinggi untuk menguasai perkembangan teknologi. Untuk itu perlu pengelolaan SDM untuk mencapai target utama meningkatkan dan menciptakan SDM yang berkualitas baik dari segi kemampuan manajerial maupun penguasaan teknologi

- 2) Mengelola diversitas tenaga kerja untuk meraih keunggulan kompetitif

Perusahaan terdiri atas individu yang masing-masing memiliki perbedaan (*individual difference*) baik dari sisi faktor demografi yang meliputi latar belakang sosial ekonomi, nasionalisme, tingkat pendidikan, umur, *gender*, dan budaya, maupun kemampuan dan keahlian (*skill*), persepsi, perilaku, dan kepribadian. Fenomena diversitas yang ada dalam perusahaan perlu mendapat perhatian penting dalam proses perencanaan strategis. Tugas utama divisi HRD ini adalah mengelola diversitas SDM yang ada agar tidak menimbulkan konflik untuk menciptakan lebih banyak kreativitas dan inovasi sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Mengelola diversitas SDM berarti memotivasi individu dengan berbagai latar belakang yang berbeda untuk mau terlibat dalam setiap proses organisasi hingga tujuan untuk meraih keunggulan kompetitif tercapai. Motivasi ini bisa dengan pemberian insentif berupa gaji, liburan ekstra, peningkatan keterlibatan kerja, penciptaan lingkungan kerja yang kondusif, pemberian subsidi, bantuan finansial, atau mungkin pengadaan fasilitas mobil perusahaan.

3) Mengelola SDM untuk meraih keunggulan kompetitif

Untuk meningkatkan daya saing, perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan kinerja SDM dengan meningkatkan keahlian dan ketrampilan untuk mempersiapkan SDM dalam promosi jabatan maupun pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan. Peningkatan kinerja ini dapat dilakukan melalui proses pendidikan, pelatihan, dan pengembangan SDM. Pendidikan dan pelatihan menitik beratkan pada beberapa jenis ketrampilan dan keahlian yang relatif sejenis serta dilakukan dalam jangka pendek, sedangkan proses pengembangan SDM lebih berorientasi pada peningkatan ketrampilan dan keahlian yang lebih luas dan beragam

serta dapat dilakukan dalam jangka panjang. Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan daya saing sangat tergantung pada efektifitas dan efisiensi operasional dan strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan. Flaherty menyebutkan lima tingkat efisiensi dan efektifitas perusahaan, meliputi restrukturisasi operasi, penurunan biaya operasi, peningkatan kualitas barang dan jasa, inovasi secara terus menerus, dan pengembangan produk baru.

4) Mengelola SDM untuk menghadapi globalisasi

Era globalisasi ditandai dengan makin kompetitifnya lingkungan bisnis, oleh karena itu diperlukan strategi bisnis yang tepat yang memiliki keunggulan kompetitif sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dalam persaingan. Pembentukan dan penerapan strategi tersebut secara otomatis dipengaruhi oleh kualitas SDM yang berperan dalam operasional perusahaan. Michael Porter berpendapat, ada lima kekuatan kompetitif yang beroperasi dalam suatu industri dan kesemuanya sangat menentukan potensi keuntungan industri tersebut. Kelima kekuatan tersebut meliputi, persaingan antar perusahaan yang ada, hambatan bagi pendatang baru (*new entries*), kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) para pembeli, kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) para pemasok, dan ancaman dari barang dan jasa pengganti/substitusi. Perusahaan yang beroperasi harus memperhatikan lingkungan bisnisnya, baik perkembangan maupun kekuatan-kekuatan kompetitif yang berperan dalam lingkungan bisnis tersebut.

Baru-baru ini, para sarjana telah menyarankan bahwa UMKM dalam industri perlu bekerja sama dengan pesaing sehingga mereka dapat menciptakan ekonomi skala, risiko mitigasi dan leverage sumber bersama-sama (Morris, Kocak, dan Özer dalam Devi R. Gnyawali and Byung-Jin Park, 2009). Pesaing cenderung menghadapi

tantangan serupa dan memiliki sumber daya dan kemampuan yang langsung relevan satu sama lain karena mereka memiliki kesamaan pasar yang tinggi dan kesamaan sumber daya (Chen dalam Devi R. Gnyawali and Byung-Jin Park, 2009).

UMKM lebih efektif bisa bersaing pemain besar jika mereka berkolaborasi dengan satu sama lain (pesaing) dan akses, memperoleh, dan menggunakan sumber daya yang relevan diadakan satu sama lain. Seperti itu, beberapa sarjana menunjukkan bahwa kecenderungan UMKM untuk terlibat dalam co-opetition cenderung positif berhubungan dengan kinerja keuangan (Levy, Loebbecke, dan Powell dalam Devi R. Gnyawali and Byung-Jin Park, 2009).

Dengan demikian, meskipun pentingnya co-opetition sebagai strategi untuk UMKM memiliki telah diakui, banyak saat ini penelitian tentang co-opetition telah difokuskan terutama pada perusahaan-perusahaan besar dan mengabaikan UMKM. Oleh karena itu, kita tahu sangat sedikit tentang driver dan konsekuensi co-opetition di UMKM. Pemeriksaan co-opetition penting bagi literatur UMKM untuk dua alasan utama. Pertama, karena merupakan konsep yang muncul dengan meningkatnya praktek di hightechnology sektor, pemahaman dasar co-opetition dan implikasinya membantu untuk merangsang dan memajukan penelitian co-opetition dalam konteks UMKM.

Kedua, manajer UMKM perlu bersiaplah untuk menghadapi peluang dan tantangan yang ditimbulkan oleh meningkatnya popularitas co-opetition dan mempersiapkan sendiri sesuai. Manajer perlu untuk memperhatikan kekuatan dalam mereka industri yang dapat menyebabkan co-opetition dalam industri mereka, proaktif dan mahir dalam mengejar co-opetition, dan manfaat dari itu. Ketersediaan konseptual Kerangka adalah titik awal alami lebih sistematis memeriksa co-opetition

di UMKM dan untuk menyediakan praktis pedoman bagi manajer (dalam Devi R. Gnyawali and Byung-Jin Park, 2009).

d.Tantangan Dunia Usaha dalam Perencanaan SDM

Usaha Kecil dan Menengah muncul di semua negara dari dunia dengan volume usaha yang berbeda dan dengan profil yang berbeda. Iacovou et al. (Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004) menunjukkan bahwa tiga belas juta UMKM di AS membuat 90% dari pekerjaan baru dan memberikan kontribusi 38% dari total US bruto nasional produk. Situasi yang sama ditemukan di negara-negara lain seperti Inggris, Hong Kong, Australia, Singapura dan Brunei. Di Inggris 90% dari semua bisnis jatuh di bawah kategori UMKM dan bertanggung jawab untuk jutaan pekerjaan (Towler dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004).

Di Hong Kong 98% dari organisasi adalah UMKM (Chau dan Jim dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004). Di Singapura, sekitar 92% dari bisnis adalah UMKM yang mempekerjakan 53% tenaga kerja dan berkontribusi 34% terhadap Singapura PDB (Kendall et al. Dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004). Di Australia ada sekitar satu juta UMKM yang penting untuk ekonomi dari sudut pandang penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan secara keseluruhan (Sathye dan Beal dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004).

Di Brunei 90% dari bisnis jatuh di bawah kategori UMKM dan berkontribusi 70% dari angkatan kerja (Seyal et al. Dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004). Masalah terbesar dari

perkembangan teknologi di UMKM adalah bahwa mereka rapuh. Di Inggris sendiri sekitar 25% dari total saham UMKM keluar dari bisnis, dengan efek konsekuensial pada pekerjaan dan produk domestik bruto (Towler dalam Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas, 2004).

UMKM adalah darah kehidupan ekonomi modern. Pentingnya UMKM terhadap perekonomian Inggris dan dunia industri secara keseluruhan tidak bisa lebih ditekankan. Pendek ringkasan statistik yang relevan yang tersedia dari Dinas Usaha Kecil (SBS), sebuah lembaga dari Departemen Perdagangan dan Industri (DTI), menunjukkan peran penting bahwa UMKM bermain (Christian N. Madu, Jiju Antony and Maneesh Kumar, 2005).

Ada diperkirakan 4,0 juta perusahaan bisnis di Inggris pada awal 2004. Lebih dari 99 persen dari perusahaan-perusahaan tersebut adalah UMKM. Dalam penelitian ini, kami mempertimbangkan suatu organisasi untuk menjadi UMKM jika mempekerjakan kurang dari 250 karyawan dan memiliki omset kurang dari £ 11.200.000 (DTI, 2003 dalam Christian N. Madu, Jiju Antony and Maneesh Kumar, 2005).

Tanpa mengabaikan skala industri, ukuran maupun lokasi, saat ini organisasi bisnis tanpa terkecuali sektor industri dan perbankan akan dihadapkan dengan lima tantangan bisnis yang kritis dan secara kolektif tantangan tersebut menuntut organisasi membangun kemampuan baru (Ulrich, 2002). Kelima tantangan tersebut adalah:

- 1) Globalisasi, yang menuntut organisasi bisnis meningkatkan kemampuan mempelajari, melakukan kolaborasi dan menangani perbedaan, kompleksitas dan ambiguitas.

- 2) Profitabilitas melalui pertumbuhan. Hal ini bisa dilakukan melalui upaya mendapatkan *customer* baru yang kreatif dan inovatif.
- 3) Teknologi. Tantangan yang dihadapi organisasi adalah menciptakan pemahaman dan penggunaan yang benar terhadap apa yang ditawarkan teknologi.
- 4) Modal intelektual. Tantangan bagi organisasi adalah meyakinkan bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk menentukan, mengasimilasi, mengembangkan, menggantikan dan mempertahankan SDM yang memiliki potensi lebih.
- 5) Perubahan terus menerus. Tantangan yang paling kompetitif dihadapi perusahaan adalah penyesuaian kepada perubahanyang tiada henti, sehingga perusahaan harus selalu dalam kondisi transformasi yang tidak berakhir, fundamental dan kontinyu.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, menurut Kane dan Stanton (2003) organisasi perusahaan harus memiliki karakteristik pendekatan perencanaan SDM yang strategik yaitu: mempunyai kebijakan dan perencanaan yang baik dan sistematis, mampu meningkatkan peran manajer lini dalam proses SDM, mampu mengintegrasikan kebijakan dan perencanaan SDM dengan kebijakan manajemen SDM organisasi, mampu memotivasi semua komponen SDM serta melakukan pengakuan terhadap budaya kerja (*corporate culture*) individu, kelompok dan organisasi.

Selanjutnya Kane dan Stanton menambahkan adanya enam konsep yang diperlukan dalam perencanaan SDM yaitu:

- 1) Keinginan dari manajemen puncak dan manajer SDM agar manajemen SDM terlibat lebih proaktif dalam pencapaian tujuan organisasi.
- 2) Upaya untuk mengintegrasikan kebutuhan dan harapan pekerja dalam pengembangan karir dengan tujuan organisasi.
- 3) Kebutuhan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan berbagai bidang fungsional manajemen SDM menurut strategi dan tujuan organisasi.
- 4) Pengakuan terhadap kontribusi strategi dan tujuan organisasi
- 5) Perencanaan tingkatan organisasi berlawanan dengan perencanaan geografis.
- 6) Persyaratan perencanaan SDM yang terintegrasi

Untuk mendesain proses pengembangan dan perencanaan SDM yang selaras dengan kebutuhan organisasi, menurut Manzini diperlukan perencanaan sistematis yang terintegrasi yaitu *Pertama*, perencanaan strategis yang bertujuan menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam lingkungan persaingan dan memberikan *forecast* kebutuhan SDM jangka panjang. *Kedua*, perencanaan operasional yang menentukan kebutuhan sumber tenaga kerja dan kebutuhan sehari-hari di perusahaan. *Ketiga*, perencanaan SDM, yang dapat meramalkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang.

Agar perencanaan SDM berorientasi panjang dan terintegrasi penuh dengan perencanaan strategis, dibutuhkan beberapa persyaratan seperti: mampu menganalisis perubahan lingkungan eksternal (sosial, ekonomi, politik dan teknologi) sesuai dengan kebutuhan organisasi, mengoptimalkan kemampuan internal agar perencanaan SDM strategis lebih terpusat dan fungsi perencanaan SDM

dapat mempertahankan hubungan yang serasi dengan aspek fungsi lain dalam manajemen SDM.

Tingginya populasi usia produktif di Indonesia yang tak berbanding lurus dengan ketersediaan jumlah lapangan pekerjaan, mendorong orang Indonesia berlomba-lomba menciptakan terobosan untuk meningkatkan daya saing demi memajukan perekonomian masing-masing. Tidak heran semakin banyak bermunculan pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

Ketua Dewan Pertimbangan Kadin DKI, Dhaniswara K Harjono mengungkapkan Indonesia merupakan negara yang paling banyak memiliki pelaku industri UMKM. Jumlah UMKM di Indonesia adalah jumlah UMKM yang paling besar dibanding negara-negara lain. Namun, jumlah tersebut tidak dibarengi dengan kualitas pendidikan pelaku UMKM yang diakuinya belum maksimal. Sebagian besar dari mereka tidak memiliki pendidikan yang cukup.

Karena rendahnya pendidikan pelaku UMKM, diperlukan adanya perlindungan hukum bagi mereka mengingat Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tak lama lagi akan diberlakukan. Harus ada keberpihakan dari negara dan juga perlindungan termasuk perlindungan hukum. Itu yang sangat penting. Sementara itu, Staf Ahli menteri koperasi dan UMKM bidang penerapan nilai dasar koperasi, Abdul Kadir Damanik mengungkapkan di Indonesia sendiri terdapat sekitar 57,9 juta pelaku UMKM. Dengan memberi kontribusi terhadap PDB 58,92 persen dan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja 97,30 persen. Untuk tingkat ASEAN, sebanyak 96 persen perusahaan bergerak di sektor UMKM dengan kontribusi terhadap PDB

sebesar 30 hingga 57 persen. "Kemudian kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja 50 sampai 98 persen.

6.UMKM Sebagai Penunjang Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia

Sejak KTT di Bali tahun 1967, Negara-negara ASEAN mengangkat masalah ekonomi menjadi bagian yang harus diperhatikan lebih serius. Untuk itu, negara-negara anggota perlu memperkokoh kerjasama ekonomi ASEAN dengan menentukan strategi agar perkembangan ekonomi intra-ASEAN semakin berkembang. Berbagai bentuk kerjasama pun dilaksanakan oleh Negara-negara ASEAN untuk mencapai tujuan ekonomi kawasannya.

MEA adalah bentuk Integrasi Ekonomi ASEAN yang direncanakan akan tercapai pada tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA tersebut, para pemimpin negara ASEAN pada KTT ASEAN ke-13 pada bulan November 2007 di Singapura, menyepakati *ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint*, sebagai acuan seluruh negara anggota dalam mengimplementasikan komitmen MEA.

Melalui cetak biru MEA, ASEAN telah melakukan berbagai pembangunan. Antara lain adalah dengan pelaksanaan pembangunan fasilitas perdagangan pada sektor informasi, teknologi, dan transportasi. Pengimplementasian *ASEAN Single window* di masing-masing Negara, serta harmonisasi kebijakan seperti adanya standar atau sertifikasi produk buatan ASEAN dengan MRA (*Mutual Recognition Arrangement*) juga merupakan bagian dari agenda ASEAN untuk mencapai MEA 2015.

Implementasi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) akan diberlakukan setahun lagi, yaitu pada tahun 2015. MEA terwujud dari keinginan negara-negara ASEAN

untuk mewujudkan ASEAN menjadi kawasan perekonomian yang solid dan diperhitungkan dalam percaturan perekonomian Internasional.

a. Teori Pembangunan Ekonomi

1) Friedrich list

Menurutnya, Perkembangan ekonomi hanya terjadi apabila dalam masyarakat terdapat kebebasan dalam organisasi politik dan perseorangan, Friedrich list Menyusun tahap-tahap perkembangan ekonomi yang dimulai dari tahap primitif, berternak, kemudian pertanian dan pabrik cost akhirnya pertanian, pabrik dan perdagangan.

2) Bruno Hildebrand

Menurutnya, perkembangan masyarakat atau ekonomi bukan dilihat dari sifat-sifat produksi atau konsumsinya, tetapi lebih pada metode distribusi yang digunakan. 3 sistem distribusi, yaitu :

- a) Perekonomian Barter
- b) Perekonomian Uang
- c) Perekonomian kredit

Namun Hildebrand tidak mengemukakan bagaimana tahap tersebut berkembang menuju tahap berikutnya

Akumulasi modal manusia yang telah lama dianggap sebagai faktor penting dalam pembangunan ekonomi. Hasil yang diperoleh dalam set awal Regresi Oleh karena itu agak mengecewakan: Ketika seseorang menjalankan spesifikasi tersirat Cobb-Douglas dalam Jess Benhabib, Mark M. Spiegel (1994) fungsi produksi standar yang meliputi modal manusia sebagai faktor, akumulasi modal manusia yang

gagal masuk secara signifikan dalam penentuan pertumbuhan ekonomi, dan bahkan masuk dengan perkiraan titik negatif.

Lebih dan lebih baik pendidikan merupakan prasyarat bagi pembangunan ekonomi yang pesat di seluruh dunia. Pendidikan merangsang pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kehidupan masyarakat melalui banyak saluran: Dengan meningkatkan efisiensi tenaga kerja kekuatan, dengan meningkatkan demokrasi (Barro, 1997 dalam Thorvaldur Gylfason, 2001) dan dengan demikian menciptakan kondisi lebih baik pemerintahan yang baik, melalui peningkatan kesehatan, dengan meningkatkan kesetaraan (Aghion et al., 1999 dalam Thorvaldur Gylfason, 2001).

Contoh, atau model, teori yang sukses adalah teori pertumbuhan ekonomi yang Robert Solow dan Edward Denison (Robert E. Lucas, Jr., 1988) dikembangkan dan diterapkan untuk abad kedua puluh pengalaman AS. Teori ini akan berfungsi sebagai dasar untuk diskusi lebih lanjut dalam tiga cara: sebagai contoh bentuk bahwa teori agregatif berguna harus mengambil, sebagai kesempatan untuk menjelaskan apa teori formulir ini dapat memberitahu kita bahwa jenis lain teori tidak bisa, dan sebagai teori kemungkinan untuk pembangunan ekonomi.

Adam Smith (dalam Bismar Nasution, 2004), Guru Besar dalam bidang filosofi moral dari Glasgow University pada tahun 1750, sekaligus pula sebagai ahli teori hukum, "bapak ekonomi modern," telah melahirkan ajaran mengenai keadilan (justice). Smith mengatakan bahwa, "tujuan keadilan adalah untuk melindungi dari kerugian".

b. Teori Pertumbuhan Klasik

Menurut pandangan para ahli ekonomi klasik ada empat faktor yang mempengaruhi ekonomi, yaitu jumlah penduduk, jumlah stok barang barang modal,

luas tanah dan kekayaan alam, serta tingkat teknologi yang digunakan. Walaupun menyadari bahwa pertumbuhan ekonomi tergantung kepada banyak faktor. Ahli ekonomi klasik terutama menitikberatkan perhatiannya kepada pengaruh pertumbuhan penduduk pertumbuhan ekonomi. Menurut pandangan ahli ekonomi juga, hukum hasil tambahan yang semakin berkurang akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Ini berarti pertumbuhan ekonomi tidak akan terus menerus berlangsung.

1) Teori Schumpeter

Teori shumpeter menekankan pentingnya peranan pengusaha didalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Dalam teori itu ditunjukkan bahwa para pengusaha, merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi.

Didalam mengemukakan teori pertumbuhannya shumpeter memulai analisisnya dengan memisalkan bahwa perekonomian sedang dalam keadaan tidak berkembang, tetapi keadaan ini tidak berlangsung lama. Pada saat keadaan tersebut berlaku, segolongan pengusaha menyadari tentang berbagai kemungkinan untuk mengadakan inovasi yang menguntungkan. Didorong oleh keinginan mendapatkan keuntungan dari mengadakan pembaharuan tersebut, mereka akan meminjam modal dan melakukan penanaman modal (investasi).

2) Teori Harrod-Dommar

Dalam menganalisis mengenai pertumbuhan ekonomi, teori harrod-dommar bertujuan untuk menerangkan syarat yang harus dipenuhi supaya suatu perekonomian dapat mencapai pertumbuhan yang teguh atau steady growth dalam jangka panjang. Analisis harrod-dommar menggunakan pemisalan-pemisalan: (i)

barang modal telah mencapai kapasitas penuh (ii) tabungan adalah proposional dengan pendapatan nasional (iii) rasio modal produksi(*capital output ratio*) (iv) perekonomian terdiri dua sektor.

c. Teori Pertumbuhan Neo Klasik

Sebagai suatu perluasan teori keynes, teori harrod-dommar melihat persoalan pertumbuhan itu dari segi permintaan. Pertumbuhan ekonomi hanya berlaku apabila pengeluaran agregat- melalui kenaikan investasi-bertambah secara terus menerus pada tingkat pertumbuhan yang ditentukan.

Sumbangan terpenting teori pertumbuhan neo klasik bukanlah menunjukan faktor faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, tetapi dalam sumbangannya untuk menggunakan teori tersebut untuk mengadakan penyelidikan empiris dalam menentukan peranan sebenarnya dari berbagai faktor produksi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi.

BAB III

Reformasi Kelembagaan dan Pemerintahan

Dalam rangka mendorong Percepatan Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi, telah ditetapkan strategi nasional pencegahan dan pemberantasan korupsi jangka panjang 2012-2025 dan menengah 2012-2014 sebagai acuan bagi seluruh pemangku kepentingan untuk pelaksanaan aksi setiap tahunnya. Upaya penindakan terhadap Tindak Pidana Korupsi (TPK) ditingkatkan melalui koordinasi dan supervisi yang dilakukan oleh KPK kepada Kejaksaan dan Kepolisian.

Sementara itu, sebagian pendapat menyatakan bahwa Indonesia Belum Siap akan MEA 2015. Salah satunya, Direktur Eksekutif Core Indonesia (Hendri Saparini) menilai persiapan yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 masih belum optimal. Pemerintah baru melakukan sosialisasi tentang “Apa Itu MEA” belum pada sosialisasi apa yang harus dilakukan untuk memenangi MEA. Sosialisasi “Apa itu MEA” yang telah dilakukan pemerintah pun ternyata masih belum 100% karena sosialisasi baru dilaksanakan di 205 kabupaten dari jumlah 410 kabupaten yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Hendri menjelaskan besarnya komitmen pemerintah terhadap kesepakatan MEA ternyata bertolak belakang dengan kesiapan dunia usaha. Menurutny dari hasil *in-depth interview* Core dengan para pengusaha ternyata para pelaku usaha bahkan banyak yang belum mengerti adanya kesepakatan MEA. Dia mengatakan salah satu strategi yang dipersiapkan pemerintah menjelang MEA adalah Indonesia harus menyusun strategi industri, perdagangan dan investasi secara terintegrasi karena dengan adanya implementasi MEA beban defisit neraca perdagangan akan

semakin besar maka dari itu membuat strategi industri harus menjadi prioritas pemerintah.

Strategi dan persiapan yang selama ini telah dilakukan oleh para *stake holder* yang ada di Indonesia dalam rangka menghadapi sistem liberalisasi yang diterapkan oleh ASEAN, terutama dalam kerangka integrasi ekonomi memang dirasakan masih kurang optimal. Namun hal tersebut memang dilandaskan isu-isu dalam negeri yang membutuhkan penanganan yang lebih intensif. Diperlukan kedisiplinan dari pihak pemerintah, terutama yang berkaitan dengan wacana persiapan menghadapi realisasi AEC ditahun 2015, yaitu dengan peningkatan pengawasan terhadap perkembangan implementasi sistem yang terdapat dalam *BluePrint AEC*.

Kualitas sumber daya manusia (SDM) dinilai menjadi salah satu kunci suksesnya pelaku koperasi usaha mikro kecil dan menengah (KUMKM) dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) yang akan mulai berlaku pada 2015. Untuk itu, pelatihan bagi para pelaku KUMKM perlu diberbanyak dan diintensifkan.

“Salah satu upaya untuk mengantisipasi MEA adalah menerapkan program-program peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan KUMKM di daerah-daerah,” kata Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Kementerian Koperasi dan UMKM, Prakoso Budi Susetyo, akhir pekan kemarin.

Untuk menciptakan SDM KUMKM yang berkualitas, diperlukan kerja keras oleh semua pihak, baik pemerintah pusat maupun daerah. Hal itu penting untuk mengantarkan pelaku KUMKM kita menyambut peluang dan tantangan MEA 2015. “Khususnya bagi pelaku KUMKM di bidang produk unggulan daerah dengan

pendekatan OVOP (one village one product), ini penting bagi mereka. Di samping meningkatkan kualitas SDM KUMKM, pelatihan peningkatan kapasitas SDM KUMKM dalam mengembangkan produk unggulan daerah merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat.

Penerapan MEA yang hanya menyisakan kurang dari dua tahun dari sekarang membutuhkan persiapan yang matang mengingat kesiapan KUMKM secara umum dalam menghadapi MEA masih rendah. Oleh karena itu, para pelaku KUMKM harus dibekali pelatihan dengan berbagai materi mengenai perkoperasian, kewirausahaan, hingga ekspor.

Kementerian Koperasi dan UMKM membuka kesempatan kepada masyarakat untuk mengusulkan jenis pelatihan SDM yang sedang tren dan dibutuhkan oleh pasar saat ini. Para calon peserta dipersilakan berkirim surat kepada Dinas Koperasi dan UMKM di daerahnya masing-masing kira-kira jenis pelatihan apa yang paling dibutuhkan dan diinginkan masyarakat.

Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Koperasi dan UMKM saat ini sedang dalam tahap memperbanyak program pelatihan SDM koperasi dan UMKM. Di samping itu, agar pelatihan bisa efektif dan aplikatif, pihaknya membuka masukan seluas-luasnya bagi masyarakat untuk memberikan usul jenis pelatihan.

Kedepan, diharapkan upaya tersebut dapat meningkatkan profesionalisme dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat bersaing di pasar bebas MEA 2015. Penerapan MEA yang hanya menyisakan kurang dari dua tahun dari sekarang membutuhkan persiapan yang matang mengingat kesiapan KUMKM secara umum dalam menghadapi MEA masih rendah.

Oleh karena itu, para pelaku KUMKM harus dibekali pelatihan dengan berbagai materi mengenai perkoperasian, kewirausahaan, hingga ekspor. Kementerian Koperasi dan UMKM membuka kesempatan kepada masyarakat untuk mengusulkan jenis pelatihan SDM yang sedang tren dan dibutuhkan oleh pasar saat ini. Para calon peserta dipersilakan berkirim surat kepada Dinas Koperasi dan UMKM di daerahnya masing-masing kira-kira jenis pelatihan apa yang paling dibutuhkan dan diinginkan masyarakat.

Deputi Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Koperasi dan UMKM saat ini sedang dalam tahap memperbanyak program pelatihan SDM koperasi dan UMKM. Di samping itu, agar pelatihan bisa efektif dan aplikatif, pihaknya membuka masukan seluas-luasnya bagi masyarakat untuk memberikan usul jenis pelatihan. Pelatihan bisa berupa pelatihan pengemasan produk, kewirausahaan, perkoperasian, teknisi komputer dan HP, bahkan pelatihan kerajinan batu cincin. Pihak Kementerian Koperasi dan UMKM akan memfasilitasi penyelenggaraan pelatihan yang paling dibutuhkan masyarakat itu berupa sarana, prasarana, hingga seluruh fasilitas pendukung lain. “Ini kita lakukan sekaligus untuk mendorong terciptanya lebih banyak wirausaha di Indonesia,” katanya.

Sampai saat ini, jumlah wirausaha di Tanah Air telah mencapai 1,6 persen dari target 2 persen akhir tahun ini. Jumlah itu dinilai masih kurang. Mengutip teori sosiolog David Mc Clelland, suatu bangsa akan maju dan sejahtera bila minimal 2 persen jumlah penduduknya adalah wirausaha.

Untuk Indonesia, jika jumlah ideal wirausaha 2 persen dari penduduk, berarti dibutuhkan 4,6 juta wirausaha dari 231,83 juta jiwa untuk membangun perekonomian negara. “Sejumlah negara maju telah membuktikan teori itu, misalnya

saja AS, maju berkat jumlah wirausaha yang mencapai 11,5–12 persen, Singapura 7 persen, Tiongkok dan Jepang sebesar 10 persen.

A.Perilaku Kewirausahaan

Lingkungan bisnis dewasa ini yang tumbuh dan berkembang dengan sangat dinamis, sangat memerlukan adanya sistem manajemen yang efektif dan efisien artinya dapat dengan mudah berubah atau menyesuaikan diri dan dapat mengakomodasikan setiap perubahan baik yang sedang dan telah terjadi dengan cepat, tepat dan terarah serta biaya yang murah. Dengan demikian, organisasi sudah tidak lagi dipandang sebagai sistem tertutup (*closed-system*) tetapi organisasi merupakan sistem terbuka (*openedsystem*) yang harus dapat merespon dan mengakomodasikan berbagai perubahan eksternal dengan cepat dan efisien (Ida Ayu, 2008).

Kondisi persaingan di sektor bisnis pada saat ini cukup ketat dan kompleks. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan pihak pesaing. Perubahan disini terkait dengan bagaimana perusahaan berinovasi untuk menjawab apa yang menjadi keinginan konsumen, persaingan dengan kompetitor yang lain, serta perubahan yang terjadi di pasar. Perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya dengan melakukan inovasi.

Konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis

dalam mengkonsumsi suatu produk. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun.

Orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Orientasi pasar mempunyai tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi interfunksional. Orientasi pelanggan merupakan pemahaman yang cukup terhadap kekuatan dan kelemahan saat ini serta kapabilitas dan strategi jangka panjang pesaing-pesaing yang ada maupun pesaing-pesaing potensial. Suatu pengukuran yang valid tentang pengaruh orientasi pasar terhadap profitabilitas bisnis, dan bagaimana hubungan antara keunggulan bersaing dengan orientasi pasar.

Mengapa orientasi pasar sebagai budaya perusahaan lebih efektif dan efisien di dalam menciptakan nilai superior untuk pelanggan. Hubungan antara orientasi pasar dengan keunggulan bersaing perusahaan akan berbeda-beda situasi dan akan mempercepat pertumbuhan pasar. Perusahaan dalam memasarkan produk harus berorientasi pasar karena permintaan pasar yang akan dapat dicapai secara maksimal. Orientasi pasar seharusnya didesain bersamaan dengan orientasi teknologi dan lingkungan sebagai unsur yang dapat mempengaruhi kesuksesan perusahaan di dalam menghadapi perubahan lingkungan yang serba cepat.

Perubahan yang diakibatkan oleh perubahan faktor eksternal perusahaan, yaitu pergerakan pasar dan pergerakan teknologi, mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran suatu perusahaan. Perubahan pasar dan teknologi itu diantaranya ditimbulkan oleh berubahnya preferensi pelanggan perluasan pasar, dan perkembangan teknologi. Ketidakpastian faktor eksternal menyebabkan suatu

perusahaan berinovasi untuk memenangkan persaingan. Inovasi sebagai salah satu variabel penting dalam menentukan kinerja. Inovasi menjadi semakin penting sebagai sarana bertahan, bukan hanya pertumbuhan menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Perusahaan dengan kemampuan berinovasi tinggi akan lebih berhasil dalam merespon lingkungannya dan mengembangkan kemampuan baru yang menyebabkan keunggulan kompetitif dan kinerja yang superior.

1. Konsep Perilaku Kewirausahaan

Kata *entrepreneur* berasal dari kata kerja *Entreprendre*. Kata "wirausaha" merupakan gabungan kata "wira" (gagah berani, perkasa) dan kata "usaha". Drucker (dalam Erwin dkk, 2013) mengartikan kewirausahaan sebagai semangat, kemampuan, sikap, perilaku individu dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Ada lima esensi pokok kewirausahaan yaitu:

- 1) Kemampuan kuat untuk berkarya dengan semangat kemandirian (terutama dalam bidang ekonomi).
- 2) Kemampuan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan secara sistematis, termasuk keberanian mengambil resiko.
- 3) Kemampuan berfikir dan bertindak secara kreatif dan inovatif.
- 4) Kemampuan bekerja secara teliti, tekun dan produktif.
- 5) Kemampuan berkarya dalam kebersamaan berdasarkan etika bisnis yang Sehat.

Dari perspektif global, kewirausahaan merupakan tulang punggung ekonomi kita dan mandat untuk kekayaan bangsa kita. Hal ini pada inti dari keberadaan kita. Hal ini, sekaligus sumber stabilitas ekonomi dan musim semi juga inovasi. Ini adalah keunikan ini kewirausahaan yang penulis menemukan begitu menarik: kemampuannya untuk memberikan stabilitas ekonomi pada saat yang sama yang mendorong inovasi. Semua ini dari mimpi orang.

Schumpeter (1942) dalam JoAnn dan James (2004) memperkirakan ekonomi dikelola yang muncul setelah Perang Dunia II dengan penekanan mereka pada perusahaan-perusahaan raksasa berlatih skala ekonomi.

Cukup merenungkan apa yang telah kita lihat di dunia sampai saat ini. Seluruh dunia ini menyusut kita telah melihat kekuatan kewirausahaan, kekayaan sejati bangsa. Dalam kecil, negara-negara berkembang yang telah kita lihat kewirausahaan mengambil peran Prometheus dan membawa api untuk bahan bakar growth. In ekonomi negara-negara komunis sebelumnya kita telah melihat kewirausahaan mengambil peran Phoenix, naik yang dilahirkan kembali dari sarang berapi-api untuk menghidupkan kembali ekonomi baik menjadi.

Kewirausahaan secara umum diterima menjadi kondisi yang diperlukan untuk pembangunan ekonomi jangka panjang suara (Carree dan Thurik, 2003). Pengusaha memperkenalkan produk baru dan proses produksi baru dalam suatu perekonomian. Dalam proses ini, perusahaan-perusahaan berkuasa dipaksa untuk berinovasi untuk menahan tekanan yang dihasilkan oleh fi baru rms. Sebagai akibat, kewirausahaan memiliki efek peremajaan terhadap perekonomian.

Ini teoritis hubungan telah mengilhami tubuh besar pekerjaan empiris, sebagian besar dalam perjanjian dengan efek positif yang diharapkan antara

kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi (Praag et al., 2007). Studi empiris telah, bagaimanapun, terbatas pada negara-negara maju sebagian besar. Hal ini masih sangat banyak pertanyaan terbuka apakah kewirausahaan memiliki peran positif yang sama dalam mengembangkan negara seperti yang telah di negara maju. Penelitian ini mencoba untuk berkontribusi literatur ini dengan mengeksplorasi hubungan antara kewirausahaan dan tingkat pembangunan dalam konteks negara berkembang, yang India dalam kasus ini.

Masalah kewirausahaan di negara berkembang tidak hanya relevan sebagai kontribusi terhadap pengembangan lebih lanjut dari pengetahuan akademik mengenai hubungan antara kewirausahaan dan ekonomi pembangunan, tetapi juga relevan untuk kebijakan. Pemahaman lebih lanjut kewirausahaan dan pembangunan ekonomi di negara berkembang akan memungkinkan para pembuat kebijakan untuk menggunakan pengetahuan ini untuk merumuskan kebijakan yang dibuat khusus untuk negara berkembang.

India adalah kasus yang cocok untuk menilai peran kewirausahaan dalam mengembangkan negara karena beberapa alasan. Pertama, dari tahun 1991 dan seterusnya, India memiliki ditampilkan pertumbuhan ekonomi yang luar biasa, rata-rata sebesar 6 persen per tahun. Dengan asumsi bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) yang terhubung ketinggian kewirausahaan, dapat diharapkan bahwa ada bandwidth yang cukup dari waktu ke waktu untuk merekam perubahan karakteristik kewirausahaan.

Kedua, India telah berpartisipasi dalam Monitor Global Entrepreneurship (GEM) pada beberapa kesempatan. GEM adalah sebuah proyek yang unik di mana metodologi standar yang digunakan untuk menilai aktivitas kewirausahaan semua

seluruh dunia. Akibatnya, peran kewirausahaan dapat dinilai dalam ekonomi secara bertahap pembangunan yang berbeda. Fakta bahwa India memiliki berpartisipasi dalam studi GEM memberi kita kesempatan untuk referensi silang Data yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, hasil empiris di GEM berfungsi sebagai kerangka untuk interpretasi hasil yang ditemukan dalam kasus India.

Struktur artikel ini adalah sebagai berikut. Pada bagian berikutnya, hubungan antara kewirausahaan dan pembangunan ekonomi dieksplorasi. Dalam diskusi ini, perhatian khusus diberikan kepada metodologi dan Hasil dari proyek GEM. Pada bagian ketiga, India diperkenalkan sebagai studi kasus. Bagian keempat menjelaskan data dan metode yang digunakan untuk analisis. Pada bagian kelima, hasil dijelaskan dan akhirnya, bagian enam menyimpulkan.

Upaya ditargetkan pada sektor UMKM seringkali didasarkan pada UMKM adalah sebagai mesin pertumbuhan, tetapi ketidaksempurnaan pasar dan kelemahan institusional menghambat pertumbuhan. Skeptis mempertanyakan efektivitas kebijakan ini dan menunjuk ke bukti empiris baik mendukung perusahaan-perusahaan besar atau pendekatan kebijakan. Sementara banyak negara-tingkat dan studi ekonomi mikro telah menilai pentingnya UMKM dalam proses pembangunan ekonomi dan industrialisasi (Snodgrass dan Biggs, 1996), memberikan bukti lintas negara pertama pada hubungan antara UMKM, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan, dengan menggunakan database baru yang disusun oleh Ayyagari et al. (In press).

Regresi lintas negara pertumbuhan PDB per kapita pada saham UMKM di bidang manufaktur kerja menunjukkan hubungan positif yang kuat selama tahun 1990-an, bahkan setelah mengendalikan array karakteristik negara lain yang dapat

menjelaskan perbedaan dalam pertumbuhan di seluruh negara. Regresi variabel instrumental yang secara eksplisit mengontrol penyebab terbalik dan bias simultanitas, bagaimanapun, mengikis pentingnya hubungan antara UMKM dan pertumbuhan ekonomi. Regresi tidak selalu mengarah pada kesimpulan bahwa UMKM tidak mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, mereka gagal untuk menolak percaya hipotesis bahwa UMKM tidak mengerahkan dampak kausal pada pertumbuhan GDP per kapita. Temuan ini konsisten dengan pandangan bahwa sektor UMKM yang besar adalah karakteristik ekonomi yang tumbuh cepat, tapi bukan penyebab pertumbuhan yang cepat. Beck et al. (2005a) juga tidak menemukan bukti untuk setiap asosiasi sektor UMKM besar dengan pertumbuhan pendapatan yang lebih cepat dari pendapatan terendah kuintil dan tingkat yang lebih cepat dari pengurangan kemiskinan.

Menurut Mitrani dalam Usmara (2002:109) mengemukakan bahwa kompetensi adalah bagian kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2002:3), wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya.

Suryana (2006 : 88) mengungkapkan bahwa kompetensi atau kemampuan yang harus dimiliki oleh wirausaha tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang

(*opportunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (*riskbearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

2. Karakteristik,dan Sifat Seorang Wirausaha

Drucker (dalam Ahmad dan Avin, 2002) mengartikan kewirausahaan sebagai semangat, kemampuan, sikap, perilaku individu dalam menangani usaha/kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Untuk memperoleh keuntungan diperlukan kreativitas dan penemuan hal hal baru. Kewirausahaan adalah proses yang mempunyai resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. *Intrapreneurship* adalah ketika suatu organisasi/perusahaan menggunakan kemampuan/bakat anggota (karyawannya) yang kreatif untuk mengembangkan produk inovatif dan servisnya untuk organisasi/ perusahaan. *Intrapreneurship* adalah *entrepreneurship* dalam organisasi.

Suhadi (dalam Ahmad dan Avin, 2002) mengemukakan karakteristik wirausaha ialah percaya pada kemampuan diri sendiri, mampu menghadapi persoalan dengan baik, berpandangan luas jauh ke depan, mempunyai keuletan mental, lincah dalam berusaha, berupaya mengembangkan sayap, berani mengambil resiko, berguru kepada pengalaman. Ada beberapa sifat-sifat penting seorang wirausaha sebagaimana dikemukakan oleh Bygrave (dalam Ahmad dan Avin, 2002), yaitu:

- 1) *Dream* (mimpi), yakni memiliki visi masa depan dan kemampuan mencapai visi tersebut.

- 2) *Decisiveness* (ketegasan), yakni tidak menangguhkan waktu dan membuat keputusan dengan cepat.
 - 3) *Doers* (pelaku), yakni melaksanakan secepat mungkin.
 - 4) *Determination* (ketetapan hati), yakni komitmen total, pantang menyerah.
 - 5) *Dedication* (dedikasi), yakni berdedikasi total, tidak kenal lelah.
 - 6) *Devotion* (kesetiaan), yakni mencintai apa yang dikerjakan.
 - 7) *Details* (terperinci), yakni menguasai rincian yang bersifat kritis.
 - 8) *Destiny* (nasib), yakni bertanggung jawab atas nasib sendiri yang hendak dicapainya.
 - 9) *Dollars* (uang), yakni kaya bukan motivator utama, uang lebih berarti sebagai ukuran sukses.
 - 10) *Distributif* (distribusi), yakni mendistribusikan kepemilikan usahanya kepada karyawan kunci yang merupakan faktor penting bagi kesuksesan usahanya.
- Pada penelitian ini, peneliti menggunakan ciri perilaku yang merupakan aspek kewirausahaan yang dikemukakan oleh Drucker (dalam Ahmad dan Avin, 2002), yaitu:
- a) Mampu mengindra peluang usaha, yakni kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang untuk mengadakan langkah-langkah perubahan menuju masa depan yang lebih baik.
 - b) Memiliki rasa percaya diri dan mampu bersikap positif terhadap diri dan lingkungannya, yakni berkeyakinan bahwa usaha yang dikelolanya akan berhasil.
 - c) Berperilaku memimpin, yaitu mampu mengarahkan, menggerakkan orang lain, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan usaha.

- d) Memiliki inisiatif, kreatif, dan inovatif, yaitu mempunyai prakarsa untuk menciptakan produk/metode baru yang lebih baik mutu atau jumlahnya, agar mampu bersaing.
- e) Mampu bekerja keras, yaitu bekerja penuh energik, tekun, tabah melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan tanpa mengenal putus asa.
- f) Berpandangan luas dengan visi ke depan yang baik, yaitu berorientasi ke masa depan dan dapat memperkirakan hal-hal yang dapat terjadi sehingga langkah yang diambil sudah dapat diperhitungkan.
- g) Berani mengambil resiko yang diperhitungkan, yaitu suka pada tantangan dan berani mengambil resiko walau dalam situasi dan kondisi yang tidak menentu. Resiko yang dipilih tentunya dengan perhitungan yang matang.
- h) Tanggap terhadap saran dan kritik, yaitu peduli dan peka terhadap kritik sebagai dorongan untuk berbuat lebih baik.

3. Pentingnya Kewirausahaan

Pada awal abad 20, *entrepreneurship* atau kewirausahaan menjadi satu kajian hangat karena perannya yang penting dalam pembangunan ekonomi. Adalah Schumpeter (1934) yang mengatakan bahwa jika suatu negara memiliki banyak entrepreneur, negara tersebut pertumbuhan ekonominya tinggi, yang akan melahirkan pembangunan ekonomi yang tinggi. Jika suatu negara ingin maju, jumlah entrepreneurnya harus banyak. *Enterprenuership is driving force behindeconomic growth*. Kirzner mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan bagian penting dalam pembangunan.

Rasionalisasinya adalah jika seseorang memiliki kewirausahaan, dia akan memiliki karakteristik motivasi/mimpi yang tinggi (*need of achievement*), berani

mencoba (*risk taker*), *innovative* dan *independence*. Dengan sifatnya ini, dengan sedikit saja peluang dan kesempatan, dia mampu merubah, menghasilkan sesuatu yang baru, relasi baru, akumulasi modal, baik berupa perbaikan usaha yang sudah ada (*upgrading*) maupun menghasilkan usaha baru. Dengan usaha ini, akan menggerakkan material/bahan baku untuk “berubah bentuk” yang lebih bernilai sehingga akhirnya konsumen mau membelinya. Pada proses ini akan terjadi pertukaran barang dan jasa, baik berupa sumber daya alam, uang, sumber daya sosial, kesempatan maupun sumber daya manusia. Dalam ilmu ekonomi, jika terjadi hal demikian, itu berarti ada pertumbuhan ekonomi, dan jika ada pertumbuhan ekonomi berarti ada pembangunan.

Dalam kasus negara, kita bisa belajar dari Jepang, dimana saat PD II, mereka hancur-hancuran. Namun karena *accident* tersebut, Bangsa Jepang justru lebih hebat dari sebelumnya karena setelah itu, pemerintah Jepang melakukan reformasi di segala bidang dengan dua pilar, yakni pembubaran konglomerasi dan UU anti monopoli. Di sektor pertanian, yang paling awal digarap adalah reformasi lahan pertanian.

Sistem “tuan tanah” yang merupakan salah satu bentuk konglomerasi di bidang pertanian dihapus, dan para “tuan tanah” tersebut dilarang memiliki luas lahan yang terlalu besar. Tanah tersebut dipetak-petak, dan masing-masing lahan digarap oleh petani pemiliknya sendiri. Kalau sebelumnya seorang tuan tanah memiliki lahan sampai seluas 8000 ha, sekarang petani di Jepang memiliki luas lahan rata-rata 1,5 ha (kecuali petani di pulau Hokkaido). Kebijakan ini telah membawa dampak besar terhadap pembangunan ekonomi di Jepang.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa bangsa Jepang adalah pekerja keras. Rata-rata jam kerja pegawai di Jepang adalah 2450 jam/tahun, sangat tinggi dibandingkan dengan Amerika (1957 jam/tahun), Inggris (1911 jam/tahun), Jerman (1870 jam/tahun), dan Perancis (1680 jam/tahun). Seorang pegawai di Jepang bisa menghasilkan sebuah mobil dalam 9 hari, sedangkan pegawai di negara lain memerlukan 47 hari untuk membuat mobil yang bernilai sama. Seorang pekerja Jepang boleh dikatakan bisa melakukan pekerjaan yang biasanya dikerjakan oleh 5-6 orang. Pulang cepat adalah sesuatu yang boleh dikatakan “agak memalukan” di Jepang dan menandakan bahwa pegawai tersebut termasuk “yang tidak dibutuhkan” oleh perusahaan.

Di kampus, professor juga biasa pulang malam (tepatnya pagi), membuat mahasiswa nggak enak pulang duluan. Fenomena Karoshi (mati karena kerja keras) mungkin hanya ada di Jepang. Sebagian besar literatur menyebutkan bahwa dengan kerja keras inilah sebenarnya kebangkitan dan kemakmuran Jepang bisa tercapai. Salah satu penyebab kegagalan dalam pencapaian pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi suatu negara karena tidak adanya *entrepreneurship* baik dalam level individu, organisasi dan masyarakat.

Peneliti sebelumnya telah mengatakan, kewirausahaan sangat berperan dalam pembangunan ekonomi (Kirzner, 1973), merupakan *a vital component of productivity and growth*, berperan dalam peningkatan investasi, *new business creation*, memunculkan *job training* dan *home-basebusiness*, meningkatkan *employment growth*, penciptaan *nasional identity & leadership* dan bersama dengan kapasitas manajemen sangat menentukan kesuksesan usaha (*firm performance*) (Priyanto, SH, 2005).

Schumpeter (1934) bahkan menyatakan bahwa *enterprenuership is driving force behind economic growth, formulating new economic combination by (1) developing new products; (2) developing new sources of materials; (3) accumulating capital resources; (4) introducing new products and new production functions; and (5) reorganizing or developing a new industry.*

B. Pemasaran

Dalam mendefinisikan Pemasaran kita bisa membedakan antara sosial dan definisi manajerial untuk pemasaran. Menurut definisi sosial , pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan, dan bertukar produk dan jasa yang bernilai secara bebas dengan orang lain (Philip Kotler, 2002). Sebagai definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”. “Tapi Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengatakan bahwa” Tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan berlebihan. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa cocok dia dan menjual dirinya sendiri (Philip Kotler, 2002).

Pemasaran adalah proses manajemen untuk mengidentifikasi , mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi , penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Kedua definisi ini mencerminkan, pandangan berorientasi transaksi tradisional pemasaran. Mereka tidak mengandung pengakuan eksplisit dari nilai jangka panjang pelanggan. Teori telah mulai mengembangkan definisi alternatif yang menangkap sifat pemasaran baru. Gronroos (1990, 1991;

1994, p355 dalam Francis Butle, 1996), untuk misalnya, menawarkan berikut :
 “Pemasaran adalah untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mitra lainnya, pada keuntungan, sehingga tujuan dari pihak yang terlibat terpenuhi.

Studi kasus berkaitan dengan pemasaran berupa ketergantungan hubungan, kepercayaan, komitmen, komunikasi, kerjasama, dan ekuitas. Para peneliti dalam pemasaran memiliki tradisi mapan memeriksa ketergantungan dalam hubungan konsumen-penjual. Pada karya Emerson (1962) dan Beier dan Stern (1969), Frazier (1983) dalam Jeffrey E. Lewin dan Wesley J. Johnston (1997) mengusulkan bahwa ketergantungan pembeli pada penjual secara langsung berkaitan dengan kebutuhan konsumen untuk mempertahankan hubungan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan (misalnya, keuntungan, sumber pasokan, layanan pelanggan).

Heide dan John (1988) dalam Jeffrey E. Lewin dan Wesley J. Johnston (1997), mengidentifikasi empat situasi di mana ketergantungan pembeli pada pemasok meningkat: (1) ketika hasil yang diperoleh dari hubungan pembeli-konsumen yang penting, sangat dihargai, dan/atau besarnya pertukaran adalah tinggi, (2) ketika hubungan affords konsumen manfaat yang relatif lebih baik dibandingkan dengan manfaat yang tersedia dari hubungan alternatif, (3) ketika beberapa potensi sumber-sumber alternatif pertukaran yang tersedia, dan (4) ketika dianggap baik sulit atau mahal untuk menggantikan incumbent pemasok.

Studi formal pemasaran berfokus pada awalnya pada distribusi dan pertukaran komoditas dan diproduksi produk dan menampilkan sebuah yayasan di bidang ekonomi (Marshall 1927; Shaw 1912; Smith 1904 dalam Stephen L. Vargo dan Robert F. Lusch, 2004). Awalnya sarjana pemasaran mengarahkan perhatian

mereka terhadap komoditas exchange (Copeland 1920 dalam Stephen L. Vargo dan Robert F. Lusch, 2004), lembaga pemasaran yang membuat barang yang tersedia dan diatur untuk kepemilikan (Nystrom 1915; Weld 1916 dalam Stephen L. Vargo dan Robert F. Lusch, 2004), dan fungsi-fungsi yang diperlukan yang akan dilakukan untuk memfasilitasi pertukaran barang melalui lembaga pemasaran (Cherington 1920; Weld 1917 dalam Stephen L. Vargo dan Robert F. Lusch, 2004).

Kita perlu meninggalkan tampilan buram pada pemasaran dan penjualan sebagai fenomena terisolasi dan didefinisikan dengan baik. Kita perlu memperluas pemasaran dan penjualan untuk manajemen umum dan kehidupan sosial, bahkan kehidupan itu sendiri. Ada banyak definisi hubungan pemasaran, sebagian besar dari mereka menekankan pengembangan dan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan kadang-kadang dengan pemangku kepentingan lainnya (Christopher, Payne dan Ballantyne 1991; Morgan dan Hunt 1994; Gronroos 1997, 2000 dalam Jagdish N. Sheth dan Atul Parvatiyar, 2002). Definisi saya tentang pemasaran hubungan lebih luas dengan menjadi sistemik dan melihat hubungan pemasaran dalam manajemen yang komprehensif dan konteks sosial (Gummesson, 1999, hal 24 dalam Jagdish N. Sheth dan Atul Parvatiyar, 2002): Jumlah relationship marketing adalah pemasaran berbasis pada hubungan, jaringan dan interaksi, mengakui pemasaran yang tertanam dalam pengelolaan total jaringan penjualan organisasi, pasar dan masyarakat.

a. Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang nilai-nilainya membantu mengembangkan perusahaan untuk mengikuti pasar sehingga dapat menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan, dimana hal ini merupakan kunci dari aksi

perusahaan (Slater & Narver, craven & piercy, zou et all, dalam Bagas Prakoso, 2005). Dalam penelitian Narver dan Slater dalam Muniya Alteza (dalam Bagas Prakoso, 2005), mengemukakan bahwa ada tiga indikator yang digunakan orientasi pasar, begitu juga seperti yang dikemukakan oleh Kohli dan Jaworski yaitu :

- 1) Orientasi pelanggan
- 2) Orientasi Pesaing
- 3) Koordinasi antar fungsi

Orientasi pasar memiliki fokus jangka panjang dalam usahanya meraih keuntungan dan juga dalam penerapan tiap-tiap komponen keperilakuannya. Untuk mencegah pesaing mengungguli superioritas nilai yang telah diciptakannya maka perusahaan harus selalu menemukan dan memberikan nilai tambah yang baru untuk pelanggannya.

Orientasi pasar menurut Lukas & Ferrell (dalam Bagas Prakoso, 2005) didefinisikan sebagai proses dari menghasilkan dan memberikan informasi pasar untuk tujuan menciptakan *superior value* bagi konsumen. Sedangkan menurut Narver dan Slater (Gusti dan Djumilah, 2014) orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai - nilai yang tinggi bagi konsumen. Orientasi pasar sebagai konstruk berdimensi tunggal (*one-dimension*) terdiri dari 3 komponen perilaku, yakni orientasi pelanggan (*customer orientation*), orientasi pesaing (*competitor orientation*) dan koordinasi antar fungsi intraperusahaan (*interfunctional coordination*).

Orientasi pelanggan (*customer orientation*) diartikan sebagai pemahaman yang memadai terhadap pembeli sasaran, sehingga *superior value* dapat diberikan secara terus menerus (Narver & Slater dalam Gusti dan Djumilah, 2014).

Pemahaman di sini mencakup pemahaman terhadap seluruh rantai nilai pembeli, baik saat terkini maupun pada perkembangannya dimasa yang akan datang. Pemahaman yang menyeluruh terhadap rantai nilai pembeli dapat dicapai melalui perolehan informasi tentang pelanggan dan pengetahuan terhadap hambatan politis dan ekonomis yang dihadapi oleh setiap tingkatan dalam saluran distribusi (Narver & Slater dalam Gusti dan Djumilah, 2014).

Pemahaman menyeluruh seperti ini menjadikan penjual memahami siapa saja pelanggan potensialnya, baik pada saat ini maupun pada masa yang akan datang, apa yang diinginkan mereka pada saat ini dan pada saat mendatang, serta apa yang dirasakan mereka pada saat ini maupun apa yang mungkin mereka rasakan di saat yang akan datang. Orientasi pelanggan tidak hanya menekankan pada pelanggan yang ada pada saat ini namun juga pelanggan potensial. Slater dan Narver (Gusti dan Djumilah, 2014) mengemukakan kesulitan yang akan dihadapi oleh perusahaan yang hanya memusatkan perhatiannya pada pelanggan yang ada, selain kecenderungan bersikap reaktif dan hanya mempunyai fokus jangka pendek, namun juga apa yang disebut *'tyranny of the served market'* yang mencerminkan kecenderungan para manajer untuk memandang dunia menurut kacamata pelanggan semata.

Orientasi pesaing (*competitor orientation*) diartikan sebagai pemahaman akan kekuatan dan kelemahan jangka pendek serta kapabilitas dan strategi jangka panjang dari para pesaing yang ada maupun pesaing potensial (Narver & Slater dalam Gusti dan Djumilah, 2014). Orientasi pesaing mempunyai keterkaitan yang kuat dengan orientasi pelanggan dalam hal pengumpulan informasi (*information gathering*) dan mencakup analisis menyeluruh terhadap kapabilitas teknologi pesaing sebagai usaha untuk mengukur kemampuan para pesaing dalam memuaskan pembeli sasaran yang

lama (Gusti dan Djumilah, 2014). Pada dasarnya orientasi pesaing memusatkan pada 3 pertanyaan berikut : (1) siapa saja pesaing kita ? (2) teknologi apa yang mereka tawarkan ? (3) apakah mereka menawarkan alternatif yang menarik di mata pelanggan kita ?.

Komponen ketiga dari orientasi pasar adalah koordinasi antar fungsi intra perusahaan (interfunctional coordination). Koordinasi antar fungsi intra perusahaan merefleksikan pendayagunaan secara terkoordinasi dari seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan dalam rangka menciptakan superior value bagi pembeli sasaran, integrasi sumber daya perusahaan yang terkoordinasi berhubungan erat dengan orientasi pelanggan dan pesaing dimana koordinasi ini dibangun berdasarkan informasi yang diperoleh dan melalui pendayagunaan sumber daya yang terkoordinasi, informasi - informasi tersebut disebarkan ke seluruh bagian organisasi bersangkutan. Lebih jauh Narver Slater mengemukakan bahwa syarat agar koordinasi antar fungsi dapat berjalan efektif adalah adanya daya tanggap dan sensitivitas dari setiap departemen terhadap kebutuhan departemen - departemen lain dalam satu perusahaan.

Narver & Slater (Gusti dan Djumilah, 2014) menjelaskan bahwa tiga komponen perilaku tersebut secara simultan dan terus menerus diarahkan untuk mencapai tujuan dari orientasi pasar, yaitu menciptakan *superior value* bagi pelanggan secara terus menerus. Penciptaan dan pengembangan *superior value* bagi pelanggan dibangun melalui pengumpulan dan koordinasi informasi tentang pelanggan, pesaing dan faktor - faktor lain yang ditengarai mempengaruhi pasar secara signifikan (misalnya pemasok dan pemerintah) oleh karena itu orientasi pasar dapat dipandang sebagai budaya organisasi yang berorientasi eksternal, dimana

orientasi pelanggan dan pesaing serta koordinasi antar fungsi intraperusahaan merupakan manifestasi dan ukuran budaya perusahaan yang berorientasi pasar (Gusti dan Djumilah, 2014).

Dalam penelitian Baker & Sinkula menunjukkan bahwa orientasi pasar secara signifikan berhubungan dengan kinerja perusahaan. Sedangkan Han et al (Gusti dan Djumilah, 2014) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi dalam penelitiannya tersebut dinyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, melalui inovasi sebagai variabel intervening. Uncles (Gusti dan Djumilah, 2014) mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan.

Uncles mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerepan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut. Narver dan Slater menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi interfunksional. Orientasi pelanggan dan orientasi pesaing termasuk semua aktivitasnya dilibatkan dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan pesaing pada pasar yang dituju dan menyebarkan melalui bisnis, sedangkan koordinasi interfunksional didasarkan pada informasi pelanggan serta pesaing dan terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi.

Orientasi pasar sangat efektif dalam mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, yang dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan

konsumen. Oleh karena itu orientasi pasar harus menekankan pentingnya analisis kebutuhan dan keinginan target pasar secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaingnya dalam usaha untuk mencapai keunggulan bersaing. Penekanan orientasi pasar terhadap daya saing berdasarkan pada pengidentifikasian kebutuhan pelanggan sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjawab kebutuhan yang diinginkan konsumen baik itu melalui penciptaan produk yang baru atau pengembangan dari produk yang sudah ada, agar dapat menciptakan superior value bagi konsumennya secara berkelanjutan dan dapat menjadi modal utama bagi perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan.

b. Orientasi Pasar Terhadap UMKM

Hasil penelitian tentang pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran masih banyak memberikan hasil yang berbeda, akan tetapi para ahli dan praktisi terus meyakini bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi keyakinan ini disertai dengan peningkatan keragu-raguan, misalnya Deshpande, Farley, Webster menyatakan bahwa barangkali yang menyebabkan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja organisasi adalah inovasi, tetapi apakah orientasi pasar membantu meningkatkan inovasi pasar belum jelas.

Disamping itu Han, *et al.*, juga menyatakan bahwa adanya rantai variabel yang hilang antara orientasi pasar dengan kinerja pemasaran, sehingga Han, *et al.*, menekankan perlunya penelitian lebih jauh mengenai peranan inovasi untuk menghasilkan kinerja yang baik, khususnya mengenai inovasi teknis dan inovasi administratif serta bagaimana implementasinya terhadap kinerja pemasaran. Beberapa penelitian yang menguji tentang hubungan kausal antara orientasi pasar dengan inovasi juga masih memberikan hasil yang saling berbeda.

Han *et al.*, melakukan penelitian terhadap 134 bank di wilayah Amerika Serikat bagian Barat-Tengah, memperoleh temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap inovasi baik inovasi teknis maupun inovasi administratif. Temuan Han *et al.*, didukung oleh Vasquez *et al.*, dalam penelitiannya yang berjudul “*Market Orientation, Innovation and Competitive Strategies in Industrial Firm*”, memperoleh temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap budaya inovatif perusahaan dan budaya inovatif perusahaan memiliki pengaruh terhadap derajat inovasi perusahaan, disamping itu dalam penelitian ini juga diperoleh temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keinovatifan produk baru.

Agarwal *et. al.*, melakukan penelitian terhadap 201 General Manajer Hotel bertaraf internasional di Amerika Serikat diperoleh temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap inovasi, inovasi ini akan mendorong tercapainya kinerja subyektif dalam perusahaan, yang pada gilirannya akan mendorong tercapainya kinerja obyektif dalam perusahaan, dengan demikian maka perusahaan yang memiliki derajat orientasi pasar yang tinggi akan lebih inovatif dibandingkan dengan pesaingnya. Penelitian Agarwal *et al.*, juga didukung oleh Kirca *et al.*, yang menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap keinovasian perusahaan.

Mavondo *et al.*, dalam penelitiannya yang dilakukan di Australia dengan responden para pengusaha yang bergerak dalam teknologi maju, penyedia jasa profesional dan industri rumah sakit dengan responden sebanyak 227 diperoleh temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap inovasi produk, inovasi administratif dan inovasi proses. Tajeddini *et al.*, yang melakukan penelitian

pada usaha kecil dan menengah yang bergerak dalam usaha pembuatan jam tangan di Swiss juga menemukan bahwa terdapat pengaruh positif orientasi pasar terhadap inovasi.

Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lado menyatakan bahwa terdapat korelasi positif antara orientasi pasar dengan derajat inovasi dan kinerja inovasi, baik pada perusahaan Asuransi di Uni Eropa maupun di Amerika. Beberapa penelitian di atas telah mampu menjelaskan dengan tegas mengenai hubungan kausal antara orientasi pasar dengan inovasi. Namun beberapa penelitian lainnya memberikan temuan yang berbeda. Verhees melakukan penelitian pada 152 usaha kecil dan menengah yang bergerak dalam pengembangan usaha Bunga Mawar di Belanda dalam penelitian tersebut Verhees menyatakan bahwa *customer market intelligences influences product innovation positively or negatively, depending on whether the innovativeness of the owner in the new product domain is weak or strong.*

Berdasarkan pada pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa intelegensi konsumen dapat berpengaruh positif dan negatif terhadap inovasi produk, tergantung pada wewenang keinovasian pemilik dalam mengembangkan produk baru kuat atau lemah.

Pemerintah Sulawesi Selatan mulai tahun 2014 ini melaksanakan program penciptaan wirausaha muda pada tiap desa. Program unggulan Pemprov Sulsel sekaligus realisasi janji kampanye pasangan Sayang ini menargetkan 20 wirausahawan muda tiap desa selama lima tahun atau 100 wirausaha baru per desa. Untuk menunjang pencapaian target tersebut, Pemprov menyelenggarakan diklat wirausaha baru dan memberikan paket bantuan modal yang diatur dalam Pergub No.

10 tahun 2014 tentang diklat kewirausahaan dan penghargaan wirausaha di Provinsi Sulawesi Selatan.

Wirausaha bertujuan untuk mendorong pemuda menjadi wirausaha dengan penyediaan modal kerja sebagai stimulus dalam pengembangan usaha ekonomi produktif yang digerakkan oleh pemuda desa/kelurahan. Sasaran target pencapaian wirausaha yaitu sebanyak 20 orang (1 Kelompok) per desa/ kelurahan dari 3.023 desa/kelurahan di Sulsel, sehingga akan tercapai 60.460 orang per tahun atau tercapai 302.300 orang dalam 5 tahun dengan 15.115 kelompok usaha ekonomi produktif.

Tahun 2014 melalui Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan telah dilatih sebanyak 1.135 fasilitator wirausaha melalui Training of Facilitator (TOF) pada 23 kabupaten/Kota se-Sulsel. Kepala UPTD Balatkop dan UMKM Sulsel, Abdul Azis Bennu mengatakan, Peserta Diklat ToF direkrut dari desa/kelurahan setempat, berusia 17 sampai 35 tahun dengan pendidikan minimal SLTA. Bersedia membentuk kelompok usaha dengan anggota maksimal 20 orang, serta bersedia menjadi pendamping usaha bagi anggota kelompoknya.

Dalam upaya meningkatkan daya saing pelaku UMKM di tanah air pemerintah membuat gerakan Satu Juta Usaha UMKM Naik Kelas, sebagaimana akan dirumuskan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019.

Berkaitan hal ini, LPB Makassarpreneur didukung PLUT KUMKM Sulsel menggelar Training of Trainer (ToT) UMKM Naik kelas. Kegiatan ini diadakan di Gedung PLUT KUMKM Sulsel, Sabtu-Ahad, 1-2 Nopember 2014 dan diikuti 30 orang peserta. Acara ini dibuka Kepala Balatkop dan UMKM Sulsel, Abd. Azis

Bennu, hadir pula GA Chairman Cocoa Sustainability Partnership (CSP), HM. Dakhri Sanusi yang berbagi pengalaman pendampingan.

Adapun narasumber pelatihan berasal dari trainer LPB Makassarpreneur dan konsultan PLUT KUMKM Sulsel dengan materi meliputi kewirausahaan, Business Model, Diagnosa Bisnis, Business Plan dan pola pendampingan.

Kegiatan ToT UMKM Naik Kelas ini merupakan tahap kedua dalam empat rangkaian kegiatan. yaitu pelatihan, konsultasi dan mentoring, praktek melatih dilakukan secara berkelompok dan trainers pools. Adapun gerakan UMKM naik kelas ini dimulai dari sekarang hingga 5 tahun ke depan dengan melibatkan peran pemerintah, komunitas UMKM dan pendamping. Melalui ToT ini diharapkan UMKM dapat naik kelas dengan hadirnya pendamping/trainer yang handal di lapangan.

Adapun beberapa indikator UMKM naik kelas, yaitu antara lain (1) Total penjualan meningkat, (2) Jumlah penjualan meningkat, (3) Asset bertambah. (4) Pajak yang dibayarkan meningkat, (5) Jumlah karyawan meningkat, (6) Jumlah sdm meningkat, (7) Dana yang diakses dapat meningkat, (8) Barang yang diproduksi meningkat, (9) System administrasi meningkat.

C. UMKM Dalam Menghadapi MEA 2015 di Kota Makassar

1. Kelemahan

Ketersediaan modal sepertinya juga masih menjadi kendala utama. Walaupun pemberian bantuan usaha telah coba dilakukan akan tetapi dalam realisasinya banyak kita jumpai kurang tepat sasaran. Bantuan usaha yang coba diberikan pemerintah banyak dimanfaatkan oleh orang-orang tertentu untuk kepentingan dirinya sendiri

dalam artian tidak sesuai dengan peruntukannya. Harapan bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah untuk mendapatkan modal usaha melalui perbankan juga tidak bisa menjanjikan. Ini dikarenakan banyaknya prosedur perbankan yang kadang tidak bisa dipenuhi oleh UMKM.

Kedepannya tentunya kita mengharapkan pemberian modal usaha yang tepat sasaran dari pemerintah, kemudian pihak perbankan yang bisa memberikan akses atau mempermudah pelaku usaha mikro kecil menengah dalam hal kebijakan peminjaman modal usaha. Hal lain yang tidak bisa dikesampingkan ialah peran investor baik dari dalam maupun dari luar negeri. Tapi hal tersebut tentunya tidak terlepas dari peran pemerintah untuk memberikan dan membuka akses kesana.

Selanjutnya, yang perlu diperhatikan dan menjadi kendala dalam pengembangan UMKM yaitu kualitas hasil produksi, SDM, akses informasi, layanan pengembangan usaha, jaringan bisnis dan yang tat kala pentingnya yaitu teknologi. Apalagi mengingat diakhir tahun 2015 ini Masyarakat Ekonomi Asean akan mulai berjalan. Tentu saja ketersediaan teknologi dan informasi sangat dibutuhkan UMKM agar nantinya mereka bisa bersaing dengan UMKM asing. Dengan adanya komunitas ekonomi ASEAN dimana peredaran produk barang dan jasa tidak lagi mengenal batas Negara tentunya akan membawa dampak positif dan negatif terhadap UMKM. Nilai positifnya ketika hasil produk barang dan jasa kita bisa bersaing nantinya di pasaran namun akan berdampak negatif ketika yang terjadi adalah sebaliknya.

Terlepas dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, perlu disadari bahwa UMKM betul-betul berada dalam suatu lingkungan yang kompleks dan dinamis. Maka upaya mengembangkan UMKM tidak banyak berarti bila tidak

mempertimbangkan pembangunan (khususnya ekonomi) lebih luas. Bentuk pembangunan yang dilaksanakan akan membentuk aturan main bagi pelaku usaha termasuk UMKM sehingga upaya pengembangan UMKM tidak hanya bisa dilakukan secara parsial, melainkan harus terintegritas dengan pembangunan ekonomi nasional dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Selama ini kebijakan ekonomi terutama pengembangan dunia usaha belum menjadikan ikatan kuat bagi terciptanya keterkaitan antara usaha besar dengan UMKM. Hal tersebutlah salah satu yang mengakibatkan monopoli pasar sehingga seakan tidak menyisakan ruang pasar bagi UMKM.

2. Kelebihan

Dinas Koperasi Dan UMKM memberikan pelatihan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) yang ada di Sulawesi Selatan. Kegiatan ini untuk meningkatkan daya saing KUMKM Dalam Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Deputi Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha Kementerian Koperasi dan UMKM RI, Braman Setyo, mengatakan,UMKM dalam menghadapi ASEAN MEA 2015 harus memerlukan bantuan pembinaan, seperti dalam Pembinaan Koperasi Berdasarkan UU 17/2012, dalam menghadapi daya saing UMKM pada era ekonomi ASEAN MEA di tahun 2015 mendatang.

"UMKM harus dibekali dengan Penguatan kelembagaan koperasi sebagai entitas bisnis modern, Penerapan IT ,dan menjalin Kemitraan dengan pelaku bisnis lain,tentunya dengan produk yang berkualitas dan yang telah berlabel SNI, mulai dari produk yang disertai lebel yang halal serta diberikannya kemasan yang menarik," jelasnya, di Hotel Swis Belinn.

Dia menyebutkan, pemerintah terus berupaya dalam mendorong UMKM di Indonesia agar terus maju, seperti menyediakan fasilitas perizinan skala nasional dan lintas Asean, serta memberikan pelatihan internet dalam memberikan pemahaman mengakses bagaimana cara berbisnis dalam layanan secara online.

Braman Setyo berharap, UMKM di Indonesia kiranya mampu bersaing dalam MEA 2015 mendatang jika peningkatan wawasan terhadap peluang yang ada bisa diraih. Ketika pasar tidak menerima produksi mereka, secepatnya bisa membaca situasi tentang kesalahan untuk diperbaiki. Itulah arti penting peningkatan wawasan terhadap UMKM.

Selain itu, kata Braman, kualitas SDM Koperasi dan UMKM juga harus mempunyai kompetensi unggul dan profesional dan yang penting produk yang dihasilkan memenuhi kualitas manajemen yang menerapkan SNIdengan sistem dan nilai-nilai modern yang mengedepankan efisiensi, efektifitas dan transparansi.

Dalam pelatihan tersebut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Sulsel, AM Yamin mengungkapkan, tujuan dari pelatihan ini yaitu, peningkatan kapasitas konsultan pendamping KUMKM, sosialisasi pendampingan program kredit usaha rakyat bagi KUMKM, optimalisasi pemberdayaan kumkm melalui program CSR dan PKBL.

"Ini merupakan wujud dari kebanggaan Sulsel karena dapat diadakan pelatihannya di Makassar. Untuk peserta sendiri ada sekitar 90 orang yang mengikuti pelatihan ini,"ungkap Yamin. Dana yang disiapkan untuk UMKM itu sekitar Rp262, 1 M dengan jumlah mitra binaan 300 ribu untuk Sulsel di triwulan pertama ada sekitar Rp 35,6 miliar untuk 1.672 ribu mitra binaan terkhusus di Makassar. "Dana

yang kami siapkan itu memang difokuskan untuk pembinaan dan pengembangan UMKM,"tandasnya.

3. Tantangan

Dari apa yang coba dilakukan pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia walhasil mendapat respon positif dari seluruh lapisan masyarakat. Hampir disemua daerah yang ada dipelosok tanah air berlomba-lomba memulai kegiatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Tak tanggung-tanggung, pemerintah bahkan menggelontorkan dana yang cukup besar dalam rangka membantu masyarakat yang hendak memulai usaha atau mereka yang hendak mengembangkan usaha yang sudah ada. Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah pun kina sudah mulai berjamuran dimana-mana.

Melihat kondisi masyarakat yang ada, dengan kesadaran penuh akan pentingnya dunia usaha seakan memberikan jawaban kepada kita bahwa standarisasi dunia usaha/pengusaha bisa kita capai bahkan melebihi. Hanya saja ini bukanlah negeri dongeng diamana setiap jalan selalu dimudahkan. Hambatan dan tantangan pastilah ada.

Begitupulah apa yang coba dilakukan pemerintah hari ini. Para pelaku usaha mikro kecil menengah mulai menghadapi beberapa permasalahan. Sepertinya memang tidak semudah membalikkan telapak tangan atau dengan menggunakan mantra *sim sala bim* “jadi maka jadilah”.

Pertumbuhan dunia usaha yang terbilang pesat rupanya menjadikan persaingan usaha yang kurang baik. Dengan adanya hal tersebut tentu saja akan memberikan dampak negatif terhadap laju pertumbuhan ekonomi. Dengan terbukanya peluang dan kesempatan usaha yang besar ini ternyata banyak

dimanfaatkan oleh mereka yang memiliki modal besar. Akibatnya yang kaya tetap menjadi kaya dan yang miskin tetap menjadi miskin dengan kata lain UMKM tetap menjadi UMKM, harapan untuk bisa menjadi usaha besar sepertinya akan tetap menjadi harapan tanpa pernah akan terwujud.

Selain itu dorongan untuk menciptakan peluang usaha baru atau UMKM ini tidak barengi dengan ketersediaan pasar. Akibatnya semua hasil produksi dari para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah khususnya yang baru seolah kehilangan arah. Ketersediaan pasar inilah yang banyak dikeluhkan sekarang ini. Setelah hasil produksi usaha ada mereka bingung harus memasarkan kemana. Hal ini tentu menjadi pekerjaan rumah baru bagi pemerintah. Pemerintah harus mampu memberikan akses pasar yang jelas. Salah satu mungkin yang bisa dilakukan oleh pemerintah sekarang ini yaitu dengan menyediakan pusat pemasaran hasil produksi para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

4. Peluang

Tentunya kita masih ingat krisis moneter yang pernah menimpah Indonesia pada rentang waktu antara tahun 1997 hingga 1998. Akibatnya, banyak perbankan yang harus di tutup paksa, selain itu beberapa perusahaan-perusahaan besar harus gulung tikar dikarenakan tidak mampu bertahan. Hal yang menarik kala itu, disaat perusahaan besar memutuskan untuk gulung tikar namun Usaha Mikro Kecil Dan Menengah tetap bertahan seakan krisis moneter yang terjadi tidak memberikan efek yang berarti terhadap aktifitas usahanya.

Peristiwa itu tentunya memberikan pembelajaran besar bahwa ternyata Usaha Mikro Kecil Dan Menengah yang terkadang hanya dipandang sebelah mata dan tidak

memberikan kontribusi berarti terhadap perputaran dan pertumbuhan ekonomi jauh lebih awet dan tahan banting ketimbang perusahaan-perusahaan besar.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) selain dikenal tahan banting, juga dikenal memiliki daya serap tenaga kerja yang cukup tinggi dan meretas mampu kemiskinan serta kesenjangan sosial. Beberapa tahun terakhir ini pemerintah (Kementerian Koperasi dan UMKM) sedang giat-giatnya mencoba membuka ruang dan memberikan kesempatan untuk mengembangkan dan membangun Usaha Mikro Kecil Dan Menengah dengan tujuan akan terciptanya 20 juta Usaha Mikro Kecil Dan Menengah hingga tahun 2020.

Mengacu pada beberapa Negara-negara maju di dunia, kita ketahui bahwa presentase dunia usaha atau katakanlah pengusahanya berada diatas rata-rata. Dimana standarisasi dunia yakni minimal dua persen dari jumlah penduduk yang ada. Indonesia sebagai Negara ke empat yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia dari segi presentase dunia usaha atau pengusaha baru sekitar kurang lebih satu persen dari jumlah penduduk sekarang ini. Dalam hal kita tentu sudah sangat jauh tertinggal dengan Negara-negara lain, sebutlah misalnya Singapura dan Malaysia.

Upaya pemerintah mendorong dunia usaha melalui usaha mikro kecil menengah dengan harapan standar presentase tersebut bisa kita capai. Satu hal yang perlu kita sadari bahwa UMKM merupakan cikal bakal tumbuhnya usaha yang besar karena hampir semua usaha besar itu berawal dari UMKM.

Sulawesi Selatan (Makassar) sebagai gerbang kawasan timur Indonesia, dibawah kepemimpinan Bapak Syahrul Yasing Limpo mencanankan sebuah program akan menciptakan 1000 pengusaha muda hingga tahun 2019. Ini tentu

sejalan dengan apa yang coba dilakukan oleh pemerintah pusat guna meningkatkan iklim wirausaha yang akan bermuarah pada percepatan pertumbuhan ekonomi.

5. Strategi UMKM Dalam Menghadapi MEA 2015 di Kota Makassar

Bagi Indonesia, pembentukan MEA 2015 akan memberikan beberapa tantangan yang tidak hanya bersifat internal di dalam negeri tetapi terlebih lagi persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti China dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada harga yang kompetitif pula, bukan hanya komoditi/produk/jasa unggulan industry besar (UB), tetapi juga sektor UMKM karena kesamaan karakteristik produk. Menyadari peran UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, maka pencapaian kesuksesan MEA 2015 mendatang juga akan dipengaruhi oleh kesiapan UMKM.

Peluang Indonesia untuk dapat bersaing dalam MEA 2015 sebenarnya cukup besar, saat ini Indonesia merupakan peringkat 16 di dunia untuk besarnya skala ekonomi. Besarnya skala ekonomi juga didukung oleh proporsi penduduk usia produktif dan pertumbuhan kelas menengah yang besar.

Prospek ekonomi Indonesia yang positif juga didukung oleh perbaikan peringkat investasi Indonesia oleh lembaga pemeringkat dunia serta masuknya Indonesia sebagai peringkat empat prospective destinations berdasarkan UNCTAD *World Investment report*. Masih kuatnya fundamental perekonomian Indonesia dapat dilihat ketika banyak negara yang “tumbang” diterpa pelemahan perekonomian global, perekonomian Indonesia masih dapat terjaga untuk tumbuh positif. Menurut Sadoko Isono dan Heriyadi (2001 : 14), Pembinaan adalah proses mengajarkan keahlian dan memberikan pengetahuan yang perlu serta sikap supaya mereka dapat

melaksanakan tanggungjawabnya sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Pembinaan juga merupakan salah satu keharusan yang dilakukan oleh pemerintah.

Peranan pemerintah terutama pemerintahan Kota Makassar tentu menjadi penting terutama untuk mengantarkan mereka agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya dalam memanfaatkan MEA pada tahun 2015. Beberapa upaya yang perlu dilakukan pemerintah untuk memberdayakan UMKM adalah:

a. Meningkatkan Kualitas dan Standar Produk

Guna dapat memanfaatkan peluang dan potensi pasar di kawasan ASEAN dan pasar global, maka produk yang dihasilkan UMKM haruslah memenuhi kualitas dan standar yang sesuai dengan kesepakatan ASEAN dan negara tujuan. Dalam kerangka itu, maka UMKM harus mulai difasilitasi dengan kebutuhan kualitas dan standar produk yang dipersyaratkan oleh pasar ASEAN maupun di luar ASEAN. Peranan dukungan teknologi untuk peningkatan kualitas dan produktivitas serta introduksi desain kepada para pelaku UMKM yang ingin memanfaatkan pasar ASEAN perlu segera dilakukan.

b. Meningkatkan Akses Finansial

Isu finansial dalam pengembangan bisnis UMKM sangatlah klasik. Selama ini, belum banyak UMKM yang bisa memanfaatkan skema pembiayaan yang diberikan oleh perbankan. Hasil survey *Regional Development Institute* (REDI, 2002) menyebutkan bahwa ada 3 gap yang dihadapi berkaitan dengan akses finansial bagi UMKM, (1) aspek formalitas, karena banyak UMKM yang tidak memiliki legal status; (2) aspek skala usaha, dimana sering sekali skema kredit yang disiapkan perbankan tidak sejalan dengan skala usaha UMKM; dan (3) aspek informasi, dimana perbankan tidak tahu UMKM mana yang harus dibiayai, sementara itu

UMKM juga tidak tahu skema pembiayaan apa yang tersedia di perbankan. Oleh karena itu, maka ketiga gap ini harus diatasi, diantaranya dengan peningkatan kemampuan bagi SDM yang dimiliki UMKM, perbankan, serta pendamping UMKM. Pada sisi lain, harus juga diberikan informasi yang luas tentang skema-skema pembiayaan yang dimiliki perbankan.

D. Meningkatkan Kualitas SDM dan Jiwa Kewirausahaan UMKM dan Koperasi

Secara umum kualitas SDM pelaku UMKM di Indonesia masih rendah. Terlebih lagi spirit kewirausahaannya. Kalau mengacu pada data UMKM pada tahun 2008, tingkat kewirausahaan di Indonesia hanya 0,25% dan pada tahun 2011 diperkirakan sebesar 0,273%. Memang hal ini sangat jauh ketinggalan dengan negara-negara lain di dunia, termasuk di Asia dan ASEAN. Sebagaimana di Singapura, tingkat kewirausahaan di Singapura lebih dari 7% demikian juga di USA, tingkat kewirausahaannya sudah mencapai 11,9%.

Oleh karena itu, untuk memperkuat kualitas dan kewirausahaan UMKM di Indonesia, maka diperlukan adanya pendidikan dan latihan keterampilan, manajemen, dan diklat teknis lainnya yang tepat, yang sesuai dengan kebutuhan. Pengembangan kewirausahaan juga perlu ditingkatkan.

Pencanangan Gerakan Kewirausahaan Nasional pada tanggal 2 Februari 2011 lalu harus ditindaklanjuti dengan langkah kongkrit, seperti penyusunan grand strategy pengembangan kewirausahaan dan pelaksanaan dilapangan yang dilakukan dalam kaitannya dan bertanggung jawab. Hal penting yang juga perlu diperhatikan adalah perlunya dukungan modal awal terutama bagi wirausaha pemula.

E. Memperkuat dan Meningkatkan Akses dan Transfer Teknologi Bagi UMKM Untuk Pengembangan yang inovatif

Akses dan transfer teknologi untuk UMKM masih merupakan tantangan yang dihadapi di Indonesia. Peranan inkubator, lembaga riset, dan kerjasama antara lembaga riset dan perguruan tinggi serta dunia usaha untuk alih teknologi perlu digalakkan. Kerjasama atau kemitraan antara perusahaan besar, baik dari dalam dan luar negeri dengan UMKM harus didorong untuk alih teknologi dari perusahaan besar kepada UMKM. Praktek seperti ini sudah banyak berjalan di beberapa Negara maju, seperti USA, Jerman, Inggris, Korea, Jepang dan Taiwan. Model-model pengembangan klaster juga harus dikembangkan, karena melalui model tersebut akan terjadi alih teknologi kepada dan antar UMKM.

F. Memfasilitasi UMKM Berkaitan Akses Informasi dan Promosi di Luar Negeri

Bagian terpenting dari proses produksi adalah masalah pasar. Sebaik apapun kualitas produk yang dihasilkan, kalau masyarakat atau pasar tidak mengetahuinya, maka produk tersebut akan sulit dipasarkan. Oleh karena itu, maka pemberian informasi dan promosi produk-produk UMKM, khususnya untuk memperkenalkan di pasar ASEAN harus ditingkatkan. Promosi produk, bisa dilakukan melalui dunia maya atau mengikuti kegiatan-kegiatan pameran di luar negeri. Dalam promosi produk ke luar negeri ini perlu juga diperhatikan kesiapan UMKM dalam penyediaan produk yang akan dipasarkan. Sebaiknya dihindari mengajak UMKM ke luar negeri, padahal mereka belum siap untuk mengeksport produknya ke luar negeri. Dalam kaitan ini, bukan saja kualitas dan desain produk yang harus diperhatikan, tetapi juga tentang kuantitas dan kontinuitas produknya.

G. Mental, Inovasi dan Sinergi Kunci Menghadapi MEA 2015

Penguatan mental masyarakat, inovasi dan sinergi multi pihak menjadi kunci menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. Demikian antara lain point yang terungkap dalam ajang Focus Group Discussion (FGD) “Kewirausahaan Indonesia Menyambut MEA 2015”, di gedung PLUT KUMKM Sulsel di CCC Tanjung Bunga. FGD Kewirausahaan Indonesia rangkaian kegiatan Forum Wirausaha Makassar 2015 yang dilaksanakan Makassarpreneur dan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Sulsel.

Asisten Deputi Monitoring dan Evaluasi Deputi SDM Kementerian Koperasi dan UMKM RI, Talkah Badrus mengatakan, Kemenkop saat ini fokus pada peningkatan produktivitas Koperasi dan UMKM dalam mengelola sumber daya sehingga bisa bersaing. “Kemenkop UMKM saat ini melakukan mapping potensi KUMKM yang skala usahanya bisa ditingkatkan,” tandasnya.

Sementara, DPD APINDO Sulsel yang diwakili Muammar Muhayyang mengatakan, pihaknya memberikan perhatian dan dukungan terhadap peningkatan daya saing daerah, termasuk pengusaha lokal dan perlunya mensosialisasikan peluang dan tantangan pasar tunggal ASEAN.

“Masyarakat harus punya mental yang kuat untuk menghadapi ketatnya persaingan, juga kesadaran yang tinggi untuk mencintai produk dalam negeri,” tambahnya. Kepala UPTD Balatkop UMKM Sulsel, Azis Benu mengatakan, perlu adanya inovasi sehingga dengan adanya ide kreatif masyarakat atau pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing, disamping pentingnya sinergi multi pihak.” Pemprov Sulsel saat ini mengembangkan produk andalan seperti kakao dan kopi untuk bulukumba dan jeneponto, disamping kami mendorong proyek unggulan Sulsel

lainnya. Namun, disayangkan pengembangan produk biasanya hanya sampai sebatas waktu pengembangan itu saja dan tidak berkelanjutan,” tambahnya.

Gelaran Forum Wirausaha Makassar (FWM) 2015 dilaksanakan tanggal 24-25 Januari 2015 dengan serangkaian kegiatan, yaitu FGD Kewirausahaan, Workshop Digitalpreneur, Workshop Kewirausahaan Pemuda, Workshop Model Pembelajaran Kewirausahaan serta Ekspo UMKM.

Dalam rangka meningkatkan daya tahan dan daya saing menghadapi pasar global, perlu dilakukan upaya-upaya pemberdayaan bagi UMKM dan Koperasi untuk menerapkan prinsip-prinsip manajemen dan kaidah ekonomi modern. Salah satu faktor pendorong dalam pemberdayaan UMKM dan Koperasi adalah pasar. Kesempatan/peluang pasar bagi produk UMKM dan Koperasi untuk masuk ke pusat perbelanjaan dan pasar modern harus di dorong sebesar-besarnya.

Sejak dikeluarkannya Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang hubungan kemitraan melalui penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, serta diperkuat dengan pedoman pelaksanaannya dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013. Maka kesempatan Produk UMKM dan Koperasi untuk masuk pasar dalam negeri terbuka luas, namun perlu pembinaan dan pendampingan agar produk lokal UMKM & Koperasi dapat memenuhi standar pasar modern serta dapat bersaing dengan produk sejenis dari luar daerah. Hal itu di ungkapkan oleh Kabid. UMKM Dinas Koperasi & UMKM Prov. Sumatera Utara M. Azhar Harahap SP.,MMA. pada kesempatan FGD Peningkatan Peluang Pasar dan Peluang Usaha Dalam Negeri Bagi Produk Koperasi & UMKM di Hotel Garuda Plaza Medan pada Kamis 6 Februari 2014.

*“Pasar dalam negeri sebenarnya sudah sangat terbuka, tapi UMKM perlu pembinaan dan pendampingan yang intensif. Karena selama ini banyak pembinaan dan metode pembinaan terhadap UMKM, namun saling tumpang tindih dan jalan sendiri-sendiri.”*Ungkap Azhar.

Dalam kesempatan yang sama hadir pula Kabid. Perdagangan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan Irvan Siregar, Ibu Rouly Tambunan, Kabid Perdagangan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumut, hadir juga Irwansyah dari Kementerian Perdagangan RI, Bappeda Sumut Bapak Hasmi Rizal Lubis, perwakilan Asosiasi BDS, perwakilan UMKM, perwakilan LP POM Sumut dan sebagai Narasumber Prof. Rosdaneli, Guru Besar Universitas Sumatera Utara.

*“Medan adalah pintu perdagangan paling Barat di Indonesia, banyak sekali produk dari luar yang masuk ke Kota Medan dan di Pasar Modern. Namun harga produk yang masuk jauh murah dan kualitasnya baik, hal itu bisa terjadi karena produk UMKM belum bisa bersaing. Namun dengan adanya Permendag 70 Tahun 2013, harusnya pemerintah daerah bisa lebih tegas untuk menerapkannya.”*papar Irvan.

FGD di Kota Medan merupakan salah satu agenda kegiatan dari Program Asdep. Bidang Peningkatan Kewirausahaan, Koperasi & UMKM Deputi V Bidang Perniagaan dan Kewirausahaan dengan Tajuk “Peningkatan Daya Saing dan Daya Tahan Produk UMKM & Koperasi dalam menghadapi persaingan Global”.

“Kegiatan ini akan berlangsung di 6 (enam) Kota dan Kota Medan sebagai awal FGD, selanjutnya akan dilaksanakan di Kota Surabaya, Pontianak, Makassar, Palembang dan terakhir di Jakarta. Tujuan dari FGD ini adalah mengidentifikasi dan menginventarisir kesiapan UMKM & Koperasi di daerah dalam menghadapi

MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) Tahun 2015”dijelaskan oleh Agam Embun Sunarpati Kabid. Koperasi & UMKM Keasdepan. Bidang Koordinasi Peningkatan Kewirausahaan, Koperasi & UMKM Kedeputan Bidang Perniagaan & Kewirausahaan, Kemenko Perekonomian RI.

H. Peran dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Bisnis UMKM tersebar di segala penjuru Tanah Air di pelosok nusantara dengan cukup merata. Memang jiwa ‘entrepreneurship’ warga bangsa ini melekat sejak lama bahkan jauh sebelum Negara merdeka. UMKM telah terbukti sepanjang sejarah bangsa muncul sebagai motor penggerak dan penyelamat perekonomian Indonesia. UMKM mampu menopang sendi-sendi perekonomian bangsa dimasa sulit dan krisis ekonomi menerjang negeri ini terutama tahun 1997/1998.

Kala itu perusahaan besar ternyata tidak berdaya dan oleng. Sejumlah konglomerat memperoleh fasilitas pinjaman dari pemerintah yang dikenal dengan bantuan likuiditas Bank Indonesia (BLBI). Tapi perusahaan tak kunjung terselamatkan malah terjadi penggelapan BLBI. Triliunan rupiah dikucurkan pemerintah (BI) raib tak jelas rimbanya. Ironis, pemerintah terpaksa gigit jari, tidak ada itikad baik taipan yang mengemplang BLBI. "Air susu dibalas dengan air tuba".

Kini mari kita lihat secara faktual keberadaan UMKM ditengah-tengah merebaknya jejaring kapitalisme pada perekenomian bangsa ini. Senyatanya UMKM amat berperan tidak hanya ikut meredam gejolak sosial akibat angka pengangguran yang kian besar, tetapi secara makro turut menumbuh-ratakan ekonomi Negara. Dalam konteks ini kiranya penting disimak data BPS mengenai sumbangan UMKM pada peningkatan produk domestik bruto (PDB). Tahun lalu UMKM menyumbang 56% dari total PDB di Indonesia. Kepedulian pemerintah atas tumbuh-kembang

UMKM adalah tepat dan relevan terutama pada fokus pengembangan sektor riil. UMKM lebih "bermain" di sektor riil yang memenuhi hajat hidup orang banyak sehingga bermanfaat tidak hanya bagi pertumbuhan ekonomi tetapi juga pemerataan kesejahteraan rakyat.

Demikian banyaknya UMKM yang telah lama menjalankan usahanya dan memiliki prospek luar biasa, tapi karena kurang dana dan pemahaman manajemen masih terbatas, maka UMKM jarang menjadi besar. Sebagai contoh berdasarkan pengalaman penulis di Malang ada penjual es degan (kelapa muda) yang menjajakan dagangannya dengan rombongan sederhana tapi memiliki omset mencapai 1 juta rupiah per hari. Semangat, tekad dan kemauan pebisnis sejati ini untuk mengembangkan usahanya cukup besar. Tetapi sayang mereka kurang modal dan kurang tercerahkan wawasan manajemen bisnisnya. Peran ini sebenarnya bisa difasilitasi pihak perbankan kita. Dalam konteks ini maka peran perbankan diperlukan.

1. Penyediaan barang dan Jasa

Untuk memperlancar usaha kecil dan menengah ini salah satunya hal atau unsur utama adalah penyediaan barang dan jasa. Dengan begitu barang yang diperlukan pelanggan mudah terpenuhi. Fungsi dan peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah adalah mengelola dan menyatukan berbagai jenis produksi atau barang dan jasa yang dibutuhkan. Kesalahan dalam mengelola penyediaan barang dan jasa akan mengakibatkan berkurangnya satu keuntungan. Dengan tersedianya barang dan jasa pelanggan pun makin bertambah banyak, dengan begitu keuntungan juga dapat diperoleh dengan cepat tanpa memakan waktu yang cukup lama.

2. Penyerapan tenaga kerja

Tingginya tingkat pengangguran di Negara-negara berkembang tidak seimbang dengan tersedianya lapangan pekerjaan. Dengan adanya usaha kecil dan menengah seperti ini dapat membantu penyerapan tenaga kerja yang pengangguran. Semakin banyaknya usaha kecil tersebut dan merupakan salah satu penunjang keberhasilan usaha.

3. Meningkatkan taraf hidup

Dengan adanya usaha kecil dan menengah dapat meningkatkan taraf hidup pemilik usaha kecil tersebut apabila usaha yang dikelola berjalan dengan lancar sehingga keuntungan yang diperoleh pun menjanjikan. Sebagian orang yang membuka usaha-usaha kecil memang dapat meningkatkan taraf hidupnya menjadi lebih baik dan merupakan salah satu cara yang tepat dalam membuka Usaha Mikro Kecil Dan Menengah pun harus sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

I. Kelebihan Usaha Kecil dibandingkan dengan Usaha Besar :

a. Inovasi

Kebanyakan dalam usaha kecil dan menengah menggunakan strategi tersendiri dengan membuat produk yang unik dan khas untuk menarik pelanggan menggunakan produk dari Usaha Mikro Kecil Dan Menengah tersebut. Suatu produk yang ingin dipasarkan harus mempunyai daya tarik bagi pelanggan dan dapat bersaing dengan menengah besar dengan kualitas yang dihasilkan produk tersebut dan cara pengelolaan.

b. Lebih fleksibel

Usaha kecil ini dikatakan lebih fleksibel karena pengorganisasiannya dan cara pengelolaan produk paling sederhana dan lebih fleksibel dalam pelaksanaannya dibandingkan usaha menengah besar. Penggunaan modal juga tidak terlalu besar dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Usaha kecil berhubungan dengan penjual dan pembeli serta Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ini pun lebih fleksibel dalam barang-barang yang cepat atau kurang laku.

c. Perbankan Diwajibkan Membantu UMKM.

Upaya menumbuh-ratakan perekonomian Indonesia sebaiknya diarahkan pada penguatan manajemen UMKM. Sudah rahasia umum bahwa perbankan lebih suka berbisnis dengan pengusaha besar dengan omset miliaran bahkan triliunan rupiah. Secara logika memang berbisnis dengan usaha besar bisa membawa untung.gede. Namun yang dilihat lebih pada keuntungan semata, padahal resiko kerugian tidak kalah besar dan usahanya belum teruji tahan banting seperti UMKM karena mungkin usahanya "ujug-ujug" (tahu-tahu) sudah besar "dikontrol sana sini".

Saat krisis moneter banyak usaha besar gulung tikar, sehingga juga mempengaruhi sektor perbankan. Merangkul UMKM bagi perbankan justru lebih aman dan menguntungkan dalam jangka pendek, menengah maupun panjang. Senyatanya prospek bisnis UMKM terbuka luas dan menjanjikan. Berdasar pengamatan penulis banyak usaha kecil /UMKM yang demikian laris, namun manajemen bisnis mereka masih sederhana.

Hal ini dimaklumi oleh karena kebanyakan mereka menjalankan usaha dengan "learning by doing", tidak memperoleh pendidikan khusus. Menjalankan usaha acapkali awalnya karena situasi dan kondisi yang mengharuskan mereka untuk berbisnis dengan segala keterbatasan yang ada. Bila saja pihak perbankan bisa

menyalurkan kredit sekaligus membantu mempertajam manajemen bisnis mereka, maka UMKM akan tumbuh-kembang secara profesional. Sementara pihak perbankan pun akan menuai banyak manfaat dari kemajuan UMKM tersebut. Ada semacam simbiosis mutualistik yang saling melengkapi.

Pada masa sebelum krisis 1998 perbankan tampak asyik masuk dengan pengusaha besar padahal para konglomerat itu pula yang telah menjatuhkan kinerja perbankan kita. Tanpa seleksi ketat para taipan "advonturir" itu biasanya terlalu berani ambil resiko yang unsur spekulasinya juga tinggi. Akibatnya pun kita tahu sendiri bisa fatal! Sedangkan pihak UMKM biasanya patuh pada koridor siklus (proses) bisnis normal yang tidak mengada-ngada alias tidak aneh-aneh, karena umumnya target dan bidikan pasar jelas, usaha barang atau jasa yang diperdagangkan pun sudah berlangsung cukup lama.

Dalam kerjasama bisnis kapitalistik selama ini jika satu usaha besar goyah maka ini luar biasa dampaknya yang dapat menggoyahkan perbankan. Oleh karenanya tata pandang perbankan terhadap UMKM harus diubah secara signifikan. Sejatinnya UMKM sesuai amanah Pasal 33 UUD 45 yang berpijak pada ekonomi kerakyatan. Pemerintah sebagai pemilik amanah konsitusi mesti menyusun cetak biru dan kebijakan yang mewajibkan perbankan sesuai kapasitasnya masing-masing untuk membantu UMKM dari berbagai sisi dan aspek bisnis.

Mungkin perlu juga melibatkan asosiasi bisnis profesional (KADIN), para pengusaha sukses yang komitmen kebangsaannya demikian tinggi secara lebih terencana dan terarah dan termaktub dalam cetak biru kebijakan bisnis UMKM. Orientasi bisnis yang menerapkan manajemen profesional perlu dikenali-

disosialisasikan kepada UMKM oleh pihak yang memiliki keahlian itu untuk agar menjadi bagian dari etos dan budaya kerja 'best practices' mereka sehari-hari.

Apabila usaha Di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UMKM) secara historis sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi domestik, terutama sebagai penyedia kesempatan kerja, dan karenanya generator sumber primer atau sekunder pendapatan bagi banyak rumah tangga. Pendapatan kecil mudah dapat kredit perbankan dan manajemen bisnis dikembangkan mengikuti prinsip-prinsip manajemen modern yang berlaku, maka sektor ril kita akan lebih menggeliat dan dinamis. UMKM tumbuh-kembang dengan sehat dan berkualitas berkat bimbingan tim manajemen perbankan. Suatu saat nanti UMKM memasuki pasar global merupakan suatu keniscayaan.

J. Membangun Kapasitas UMKM Indonesia

Rendah atau rumah tangga tani miskin di daerah pedesaan, UK, unit yaitu kurang dari 20 pekerja, di kegiatan non pertanian sangat penting. Perusahaan ini juga telah bermain sebagai mesin penting bagi pengembangan ekonomi lokal dan masyarakat. UMKM Indonesia telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai tambah untuk perekonomian negara dan telah memberikan peluang kerja paling besar dibandingkan dari produk domestik bruto (PDB) di Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia telah mengakui pentingnya memiliki UMKM modern sebagai elemen penting dalam menciptakan ekonomi yang canggih, terutama melalui peran mereka dalam mengembangkan hubungan antar-industri, atau sebagai pendukung industri untuk memproduksi

komponen dan suku cadang untuk perusahaan besar melalui mekanisme pasar atau sistem subkontrak atau bentuk lain dari hubungan produksi.

Di negara maju, peran UMKM bertindak sebagai pemasok untuk industri barang jadi, sehingga bisa menciptakan basis industri permanen, bersemangat, dan antar-linked. Indonesia telah menderita dari kurangnya jaringan pemasok canggih dalam negeri, yang akan memungkinkan input menengah, komponen, dan bagian untuk diproduksi secara lokal bukan di impor.

Pentingnya UMKM untuk perekonomian Indonesia dapat diketahui dari jumlah besar impor dan eksport barang perunit. Memang, sebuah fitur yang signifikan dari perekonomian Indonesia adalah dominasi oleh kategori perusahaan, di perusahaan-perusahaan kecil tertentu (UMKM). Benar-benar, di semua sektor ekonomi, jumlah UMKM sangat besar dan itu terus tumbuh, meskipun ada penurunan selama krisis ekonomi 1997. Jumlah mereka lebih lebih besar dibandingkan Le. Terutama Usaha Kecil dapat ditemukan di seluruh negeri, di daerah perkotaan maupun pedesaan. Entitas tersebut memberikan kontribusi sebagian besar unit dan lapangan kerja di sektor-sektor seperti pertanian, industri perdagangan, manufaktur dan transportasi.

K. Pengembangan Iklim Usaha UMKM Pada Masa Datang

Pengembangan terhadap sektor swasta merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi perlu untuk dilakukan. UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Indonesia. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar. “Hampir semua usaha besar berawal dari UMKM. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) harus terus ditingkatkan (up grade) dan aktif

agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar. Jika tidak, UMKM di Indonesia yang merupakan jantung perekonomian Indonesia tidak akan bisa maju dan berkembang.

Satu hal yang perlu diingat dalam pengembangan UMKM adalah bahwa langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Selain Pemerintah dan UMKM, peran dari sektor Perbankan juga sangat penting terkait dengan segala hal mengenai pendanaan, terutama dari sisi pemberian pinjaman atau penetapan kebijakan perbankan. Lebih jauh lagi, terkait dengan ketersediaan dana atau modal, peran dari para investor baik itu dari dalam maupun luar negeri, tidak dapat pula kita kesampingkan.

Pemerintah pada intinya memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal masalah klasik yang kerap kali menerpa UMKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi yang selama ini kerap menjadi pembicaraan di seminar atau konferensi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluster, jaringan bisnis, dan kompetisi.

Prospek bisnis UMKM dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung pada upaya yang ditempuh oleh pemerintah dalam mengembangkan bisnis UMKM. Salah satu upaya kunci yang perlu dilakukan adalah bagaimana mengembangkan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM. Untuk

mencapai iklim usaha yang kondusif ini, 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 bicara berlebihan. Ini berarti berbagai campur tangan pemerintah yang berlebihan, baik pada tingkat pusat maupun daerah harus dihapuskan, khususnya penghapusan berbagai peraturan dan persyaratan administratif yang rumit dan menghambat kegiatan UMKM.

Suatu faktor penting di beberapa daerah yang sangat mengurangi daya saing UMKM adalah pungutan liar (pungli) atau sumbangan wajib yang dikenakan pejabat aparat pemerintah. Pungli liar ini tentu saja akan meningkatkan biaya operasi UMKM sehingga mengurangi daya saing mereka. Dengan demikian, pungutan liar maupun beban fiskal yang memberatkan perkembangan UMKM di daerah harus dihapuskan.

Selain penciptaan lingkungan bisnis yang kondusif, program-program pengembangan UMKM yang diarahkan pada supply driven strategy sebaiknya mulai ditinggalkan, sebagai pengganti dari arah program ini yakni pengembangan program UMKM yang berorientasi pasaryang didasarkan atas pertimbangan efisiensi dan kebutuhan riil UMKM (market oriented, demand driven programs).

Fokus dari program ini yakni pertumbuhan UMKM yang efisien ditentukan oleh pertumbuhan produktivitas UMKM yang berkelanjutan, dan pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Secara lebih spesifik The Asia Foundation (2000 dalam Thee Kian Wie, 2001) membagi fokus pengembangan UMKM baru yang berorientasi pasar tersebut dalam empat unsur

pokok, yaitu: (1) pengembangan lingkungan bisnis yang kondusif bagi UMKM; (2) pengembangan lembaga-lembaga finansial yang bisa memberikan akses kredit yang lebih mudah kepada UKM atas dasar transparansi; (3) pelayanan jasa-jasa pengembangan bisnis non-finansial kepada UMKM yang lebih efektif; dan (4) pembentukan aliansi strategis antara UMKM dan UMKM lainnya atau dengan usaha besar di Indonesia atau di luar negeri.

Untuk pengembangan lembaga-lembaga finansial yang memberikan akses kredit kepada UMKM atas dasar terbuka dan transparan diperlukan pengembangan lembaga-lembaga finansial yang sehat di daerah. Berbeda dengan kredit-kredit yang wajib diberikan oleh bank-bank komersial kepada UMKM dalam rangka skim KUK atau skim kredit likuiditas yang disalurkan kepada UMKM oleh BRI (Bank Rakyat Indonesia) dan BTN (Bank Tabungan Negara), maka dalam skim baru ini lembaga-lembaga finansial wajib memudahkan akses kredit kepada U KM atas dasar terbuka dan transparan.

Pengalaman dengan berbagai skim kredit untuk UMKM telah menunjukkan, bahwa akses yang mudah ke berbagai sumber pendanaan jauh lebih efektif dalam membantu operasi UMKM daripada suku bunga kredit. Dalam hubungan ini, maka peran pemerintah daerah adalah menyediakan kerangka perundang-undangan dan peraturan- peraturan baru yang memungkinkan mekanisme pasar dapat berfungsi dengan baik.

Dalam hubungan ini diperlukan suatu standar pengawasan dan standar akutansi baru untuk bank-bank dagang (commercial Bank) dan bank-bank perkreditan (BPR) agar mereka tidak melakukan diskriminasi yang tidak perlu dalam pemberian kredit kepada UMKM. Dalam pemberian kredit kepada UMKM, juga

diperlukan suatu mekanisme transparansi berupa pemberian laporan bank-bank dagang yang benar tentang kredit yang telah diberikan kepada UMKM (Timnberg, 2000 dalam Thee Kian Wie, 2001).

Peraturan-peraturan ini tentu saja harus dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen. Selanjutnya, upaya pengembangan jasa- jasa non-finansial melalui program bantuan teknis (technical assistance programs) yang sebelumnya diberikan oleh pemerintah atau pejabat pemerintah, pada saat ini dan mendatang harus segera diserahkan pada pihak-pihak yang mempunyai kompetensi tinggi di bidangnya.

Hal ini dimaksudkan agar bantuan teknis yang diberikan kepada UMKM dapat sesuai dengan kebutuhan riil yang diharapkan oleh pasar (market oriented dan demand driven programs). Dengan demikian tenaga-tenaga penyuluh UMKM yang bertugas membantu UMKM adalah mereka yang benar-benar terampil dan berwenang serta memahami kebutuhan UMKM. Dalam hubungan ini, maka sektor swasta perlu menjadi alternatif dalam pelaksanaan program ini.

Selain itu, peran instansi-instansi yang terlalu berlebihan dan tumpang tindih dalam program jasa pengembangan bisnis UMKM sebaiknya dikurangi secara bertahap, terutama program yang ternyata kurang efektif dan efisien, sehingga dapat diganti program pengembangan bisnis UMKM yang dilaksanakan pihak swasta.

Pembentukan aliansi strategis antara UMKM dengan usaha-usaha aging merupakan mekanisme yang paling penting dan efektif untuk alih informasi bisnis, teknologi, kemampuan manajerial serta organisatoris, serta akses ke pasar ekspor bagi UMKM daripada bantuan yang diberikan oleh instansi pemerintah. Aliansi strategis ini berbeda dengan program kemitraan dan keterkaitan Bapak angkat dan mitra usaha yang kita kenai selama ini. Ini karena kemitraan dan keterkaitan

cenderung didasarkan atas dorongan, kadang-kadang paksaan pemerintah, dan bukan atas kehendak kedua belah pihak, sehingga pengalaman menunjukkan program ini tidak efektif.

Dalam aliansi ini, maka UMKM dan usaha lain, baik usaha besar atau UMKM lainnya, ataupun usaha asing atau usaha domestik melakukan kerjasama yang didasarkan atas kemauan dan kepentingan bersama. Dengan demikian dalam aliansi ini tidak terjadi paksaan yang tidak perlu. Keberhasilan model aliansi strategis ini telah pula dibuktikan manfaatnya bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Namun UMKM pada umumnya juga mempunyai permasalahan-permasalahan antara lain:

1) Faktor Internal

a. Kurangnya Permodalan dan Terbatasnya Akses Pembiayaan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena

persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UMKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UMKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan. Terkait dengan hal ini, UMKM juga menjumpai kesulitan dalam hal akses terhadap sumber pembiayaan. Selama ini yang cukup familiar dengan mereka adalah mekanisme pembiayaan yang disediakan oleh bank dimana disyaratkan adanya agunan.

Terhadap akses pembiayaan lainnya seperti investasi, sebagian besar dari mereka belum memiliki akses untuk itu. Dari sisi investasi sendiri, masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan apabila memang gerbang investasi hendak dibuka untuk UMKM, antara lain kebijakan, jangka waktu, pajak, peraturan, perlakuan, hak atas tanah, infrastruktur, dan iklim usaha.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

d. Mentalitas Pengusaha UMKM

Hal penting yang seringkali pula terlupakan dalam setiap pembahasan mengenai UMKM, yaitu semangat entrepreneurship para pengusaha UMKM itu sendiri.[17] Semangat yang dimaksud disini, antara lain kesediaan terus berinovasi, ulet tanpa menyerah, mau berkorban serta semangat ingin mengambil risiko.[18] Suasana pedesaan yang menjadi latar belakang dari UMKM seringkali memiliki andil juga dalam membentuk kinerja. Sebagai contoh, ritme kerja UMKM di daerah berjalan dengan santai dan kurang aktif sehingga seringkali menjadi penyebab hilangnya kesempatan-kesempatan yang ada.

e. Kurangnya Transparansi

Kurangnya transparansi antara generasi awal pembangun UMKM tersebut terhadap generasi selanjutnya. Banyak informasi dan jaringan yang disembunyikan dan tidak diberitahukan kepada pihak yang selanjutnya menjalankan usaha tersebut sehingga hal ini menimbulkan kesulitan bagi generasi penerus dalam mengembangkan usahanya.

2. Faktor Eksternal

a) Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Upaya pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dari tahun ke tahun selalu dimonitor dan dievaluasi perkembangannya dalam hal kontribusinya terhadap penciptaan produk domestik brutto (PDB), penyerapan tenaga kerja, ekspor dan perkembangan pelaku usahanya serta keberadaan investasi usaha kecil dan menengah melalui pembentukan modal tetap brutto (investasi).

Keseluruhan indikator ekonomi makro tersebut selalu dijadikan acuan dalam penyusunan kebijakan pemberdayaan UMKM serta menjadi indikator keberhasilan pelaksanaan kebijakan yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya.

Kebijaksanaan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan UMKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan menengah dengan pengusaha-pengusaha besar.

Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah mendapatkan perijinan untuk menjalankan usaha mereka. Keluhan yang seringkali terdengar mengenai banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah, ditambah lagi dengan jangka waktu yang lama. Hal ini sedikit banyak terkait dengan kebijakan perekonomian Pemerintah yang dinilai tidak memihak pihak kecil seperti UMKM tetapi lebih mengkomodir kepentingan dari para pengusaha besar.

b) Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, tak jarang UMKM kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya yang disebabkan karena mahalnya harga sewa atau tempat yang ada kurang strategis.

c) Pungutan Liar

Praktek pungutan tidak resmi atau lebih dikenal dengan pungutan liar menjadi salah satu kendala juga bagi UMKM karena menambah pengeluaran yang tidak sedikit. Hal ini tidak hanya terjadi sekali namun dapat berulang kali secara periodik, misalnya setiap minggu atau setiap bulan.

d) Implikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian diubah dengan UU No. 32 Tahun 2004, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mempunyai implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UMKM. Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing UMKM. Disamping itu, semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang

kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

e) Implikasi Perdagangan Bebas

Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000), dan isu Hak Asasi Manusia (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh negara maju sebagai hambatan (Non Tariff Barrier for Trade). Untuk itu, UMKM perlu mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif.

f) Sifat Produk dengan Ketahanan Pendek

Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk dan kerajinan-kerajinan dengan ketahanan yang pendek. Dengan kata lain, produk-produk yang dihasilkan UMKM Indonesia mudah rusak dan tidak tahan lama.

g) Terbatasnya Akses Pasar

Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

h) Terbatasnya Akses Informasi

Selain akses pembiayaan, UMKM juga menemui kesulitan dalam hal akses terhadap informasi. Minimnya informasi yang diketahui oleh UMKM, sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap kompetisi dari produk ataupun jasa dari unit usaha UMKM dengan produk lain dalam hal kualitas. Efek dari hal ini adalah tidak mempunya produk dan jasa sebagai hasil dari UMKM untuk menembus pasar ekspor. Namun, di sisi lain, terdapat pula produk atau jasa yang berpotensi untuk bertarung di pasar internasional karena tidak memiliki jalur ataupun akses terhadap pasar tersebut, pada akhirnya hanya beredar di pasar domestik.

Langkah yang Sudah Ditempuh

Sesungguhnya pemerintah telah banyak mengeluarkan kebijakan untuk pemberdayaan UMKM, terutama lewat kredit bersubsidi dan bantuan teknis. Kredit program untuk pengembangan UMKM bahkan dilakukan sejak 1974. Kredit program pertama UMKM, Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP), yang menyediakan kredit investasi dan modal kerja permanen, dengan masa pelunasan hingga 10 tahun, dan suku bunga bersubsidi.

Setelah deregulasi perbankan pada 1988, kredit UMKM dengan bunga bersubsidi secara berangsur dihentikan, diganti dengan kredit bank komersial. Selain itu, donor internasional juga menyusun kredit program investasi bagi UMKM dalam mata uang rupiah. Antara 1990 dan 2000, Bank Indonesia mendanai berbagai kredit program dengan Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI), yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu Kredit Usaha Tani (KUT), Kredit Pemilikan Rumah Sederhana/Sangat Sederhana (KPRS/SS), dan Kredit Usaha Kecil dan Mikro yang disalurkan melalui koperasi dan bank perkreditan rakyat.[22] Selain

itu, NPWP sebagai prasyarat pengajuan kredit di Perbankan juga telah dihapuskan, dimana hal ini memberikan peluang dan kesempatan yang lebih besar bagi kita untuk mengakses modal dari sisi perbankan.

Selain peran dari Pemerintah, dunia akademisi, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga penelitian, juga telah melakukan beberapa kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan UMKM. Salah satu diantaranya adalah program GTZ-RED yang diadakan atas dukungan GOPA/Swisscontact yang telah berjalan sejak tahun 2003. Program ini bergerak langsung ke daerah-daerah dengan menggunakan metode enabling environment dengan fokus pada Business Climate Survey (BCS) dan Regulatory Impact Assessment (RIA) yang dilakukan oleh Technical Assistance (TA).

Tim TA ini dimotori oleh Center for Micro and Small Enterprise Dynamics (CEMSED) Universitas Satya Wacana. Tim ini telah melakukan survey, pelatihan, workshop terhadap UMKM di daerah-daerah, menciptakan jaringan dengan seluruh pihak terkait UMKM termasuk Pemerintah Daerah, serta membuat daftar Peraturan Daerah yang perlu untuk diperbaiki.

L. Pengentasan Kemiskinan Melalui UMKM

Mungkin bagi kita semua sudah tidak asing lagi mendengar kata-kata miskin atau kemiskinan. Orang dikatakan miskin karena perekonomian yang minim atau di bawah garis rata-rata. Itulah asumsi secara umum yang ada di benak sebagian orang. Walaupun sebenarnya miskin itu tidak hanya seputar ekonomi, banyak hal yang mempengaruhi dan maknanya. Namun tulisan ini akan sedikit membahas tentang kemiskinan ekonomi dan cara menguranginya.

Dalam setiap kali terjadi krisis ekonomi, para analis dan praktisi ekonomi selalu disadarkan betapa rentannya usaha-usaha tertentu yang berskala besar. Lalu mereka memuji-muji dan memaparkan fakta ketangguhan daya hidup usaha kecil mikro (UMKM), usaha yang relatif mampu tetap bertahan, meskipun tanpa dukungan yang memadai dari pemerintah maupun sektor perbankan.

Kekuatan UMKM sebagai sektor usaha yang mampu adaptif terhadap perubahan-perubahan bahkan gejolak ekonomi, sudah banyak dibuktikan. Penghargaan hadiah Nobel kepada DR. M. Yunus dari Banglades atas usaha memberantas kemiskinan dengan menumbuhkan dan memajukan UMKM di negaranya merupakan bukti pengakuan dunia atas peran penting UMKM bagi kesejahteraan masyarakat dunia.

UMKM merupakan sektor usaha yang bersentuhan langsung dengan aktifitas ekonomi rakyat sehari-hari. Dalam skala usahanya yang kecil, bahkan sangat kecil sehingga disebut mikro, UMKM tidak jarang harus hidup dengan cara gali lubang tutup lubang. Sangat minim bahkan ada yang sama sekali tidak pernah mengalami sentuhan manajemen usaha, segala seuatunya berjalan begitu saja, sebagai suatu wujud komitmen untuk menghidupi keluarga, melayani sesama, memberikan pekerjaan kepada saudara atau tetangga. Tak heran sektor ini paling sering dikelompokkan sebagai yang tidak bankable (tidak memenuhi syarat untuk dilayani kredit perbankan).

Meskipun tidak bankable, selalu saja ada pihak tertentu yang melayani sektor UMKM dalam hal pemenuhan kebutuhan modal kerja atau modal usahanya, baik itu secara individual, sebagai suatu usaha bersama, maupun oleh lembaga keuangan formal. Ada pihak-pihak tertentu yang mengkoordinir penghimpunan dana secara

kolektif untuk mendukung penyediaan dana yang pemanfaatannya secara bergulir, ada pula yang secara terang-terangan berperan sebagai rentenir, menyediakan pinjaman uang secara cepat dengan mengenakan bunga pinjaman yang sangat tinggi.

Pihak-pihak tersebut ada yang operasionalnya memiliki landasan hukum, ada pula yang sama sekali tidak. Ironis memang, UMKM yang diakui peranannya dalam mengerakkan perekonomian, sering kali merupakan pihak yang sangat lemah posisinya dalam berhubungan dengan sumber modal/dana. Gambaran di atas memang tidak menggambarkan kondisi nyata UMKM secara keseluruhan, akan tetapi secara kasat mata memang masih banyak nasib UMKM yang cukup miris. Ada cukup banyak pula UMKM yang sudah relatif maju, memiliki manajemen usaha yang memadai, telah berhubungan dan bahkan mendapat pinjaman dari Bank.

Pertanyaannya adalah bagaimana menumbuhkan UMKM-UMKM baru dan melakukan penguatan terhadap UMKM yang sudah ada? Ini adalah sebuah tantangan yang perlu mendapat perhatian kita semua, karena dengan banyaknya UMKM yang kuat dan mandiri, akan memperkokoh perekonomian nasional dalam menghadapi krisis ekonomi yang secara berkala pasti mampir dalam perekonomian di banyak negara.

Sebagaimana diungkapkan diawal tulisan ini, bahwa UMKM terbukti relatif tangguh dalam menghadapi badai krisis ekonomi. Kondisi ini sebenarnya juga disadari dan diidentifikasi oleh beberapa lembaga keuangan besar, sebagai peluang penyaluran kredit yang potensial. UMKM dipandang potensial, karena secara kumulatif merupakan pangsa pasar yang besar dan terbukti memiliki ketangguhan yang tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi.

Akan tetapi, sebagaimana karakteristik UMKM yang beroperasi secara sederhana, banyak pula yang belum tertata dalam manajemen usaha yang sederhana sekalipun, sehingga merupakan hambatan besar untuk dapat memiliki akses ke dunia perbankan. Ada beberapa pihak yang secara khusus berkecimpung dan ikut menghantarkan cukup banyak UMKM menjadi usaha yang lebih besar, kuat dan mandiri.

Diantaranya Lembaga Koperasi Simpan Pinjam, atau mulai dikenal sebagai Credit Union (CU), Bank Perkreditan Rakyat dan Bank Rakyat Indonesia (BRI). CU sangat aktif mengenalkan pencatatan dan perencanaan keuangan kepada masyarakat, sekaligus sebagai sarana rekrutmen dan pembinaan anggotanya. BPR dalam peran intermediasinya banyak memberikan edukasi manajerial kepada UMKM sehingga layak mendapatkan pinjaman modal dari Bank.

BRI sebagai bank yang tertua di Indonesia, adalah bank yang paling dikenal dan tersebar luas untuk melayani transaksi perbankan sampai masyarakat perdesaan, meskipun belakangan juga sangat aktif menggarap transaksi-transaksi besar di perkotaan.

Berbagai pihak telah memainkan peran positifnya dalam menumbuhkan dan mengokohkan sektor UMKM, akan tetapi sampai saat ini UMKM belum mampu secara signifikan menunjukkan kedigdayaannya dalam perekonomian di Indonesia, hanya sebatas potensi yang perlu dikembangkan.

Berbagai hambatan dalam pengembangan UMKM belum berhasil ditangani secara komprehensif, bahkan seringkali terkesan tumbang tindih hingga dicurigai ditunggangi agenda politik tertentu. Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri dan Kredit Usaha Rakyat (KUR), oleh sebagian pihak dianggap

menafihkan pranata ekonomi yang ada dan dicurigai sebagai kebijakan populis menjelang perhelatan akbar politik pada tahun 2009.

PNPM Mandiri dan KUR adalah program yang bersifat stimulus, motivasional, dan temporer. Program-program tersebut akan sangat bermanfaat apabila mampu menumbuhkan kemandirian masyarakat dalam mengelola ekonominya, sehingga pada tahapan selanjutnya telah dapat berinteraksi secara mandiri dengan lembaga ekonomi yang ada dalam sistem perekonomian nasional.

Karenannya sasaran yang tepat program-program tersebut haruslah pada masyarakat belum memiliki akses kepada lembaga keuangan formal yang ada. Dengan program yang ada dan edukasi melalui pendampingan, maka UMKM-UMKM yang tumbuh dari masyarakat diharapkan dapat berdiri mandiri dan bersaing dengan kelompok usaha lainnya, bahkan menjadi soko guru bagi perekonomian nasional. Untuk itu pemerintah juga harus mendorong berdirinya lembaga-lembaga ekonomi dan keuangan yang dapat diakses dengan mudah oleh segala lapisan masyarakat.

Penyebaran lembaga keuangan yang dapat dengan mudah diakses oleh segala lapisan masyarakat adalah kebutuhan yang mendesak untuk mengakselerasi pertumbuhan dan penguatan UMKM-UMKM. Diantaranya Koperasi, khususnya CU, dan BPR. Perkembangan CU di Kalimantan Barat belakangan ini cukup membanggakan, terutama didukung oleh pelaksanaan edukasi anggota/calon anggota yang konsisten dan upaya-upaya pengembangan kemampuan manajerial yang telah mendapat perhatian serius dari Pengurus CU.

Akan tetapi secara umum, perkembangan perkoperasian kita belumlah terlalu mengembirakan, faktor tidak adanya kualifikasi atau kompetensi standar yang

ditetapkan untuk calon pengurus Koperasi dan lemahnya pembinaan maupun pengawasan pihak berwenang, menjadikan banyak Koperasi hanya berdiri sebatas papan nama atau dalam kondisi mati suri. Alternatif lain untuk mengisi kebutuhan lembaga keuangan yang mampu menstimulus dan mengakselerasi pertumbuhan dan penguatan UMKM di daerah-daerah adalah dengan mendirikan BPR di daerah-daerah.

Tak dapat dipungkiri bahwa keberadaan lembaga keuangan, termasuk bank, sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Peran penting akan semakin nyata apabila bank melaksanakan fungsi intermediasinya dengan baik di daerah tempat bank beroperasi.

Sesuai dengan karakteristik dan cakupan wilayah kerjanya, BPR memiliki kepentingan yang besar untuk memajukan ekonomi masyarakat daerah. Sedapat mungkin BPR menghimpun sebanyak-banyaknya dana menganggur yang ada di masyarakat setempat untuk kemudian menyalurkan sebanyak-banyaknya bagi masyarakat sekitarnya yang membutuhkan dana untuk berbagai keperluan yang secara langsung maupun tidak langsung akan berdampak pada peningkatan aktifitas ekonomi, khususnya UMKM.

Pendirian BPR yang diatur dengan undang-Undang Perbankan dan Peraturan Bank Indonesia tentu bukan proses yang mudah. Berbagai persyaratan penting pendirian BPR antara lain terkait dengan kemampuan finansial dan track record Calon Pemegang Saham, kompetensi dan kelayakan Calon Pengurus, serta Analisis Potensi dan Kelayakan Pendirian BPR, dimaksudkan agar kehadiran BPR dapat meningkatkan taraf hidup orang banyak, khususnya bagi daerah setempat.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, BPR hanya dapat didirikan dan dimiliki oleh Warga Negara Indonesia (WNI), Badan Hukum Indonesia yang seluruh

pemiliknya WNI, atau Pemerintah Daerah (Pemda), atau beberapa pihak diantaranya. Beberapa Pemda di Indonesia, baik daerah Kabupaten/Kota maupun Provinsi, telah mengambil peran aktif memajukan perekonomian daerahnya dengan mendirikan BPR, baik yang dimiliki Pemda sendiri maupun bekerja sama dengan pihak lain.

BPR-BPR yang dimiliki Pemda tergabung dalam Persatuan BPR Milik Pemda (Perbamida) yang saat ini beranggotakan sekitar 370 BPR. Di seluruh Indonesia saat ini terdapat lebih dari 1700 BPR dan sebagian besar tergabung dalam Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia (Perbarindo). Di Kalimantan Barat, potensi untuk mendirikan BPR masih cukup terbuka, bahkan di beberapa daerah Kabupaten masih ada yang belum memiliki BPR, padahal idealnya keberadaan BPR bisa sampai pada tingkat kecamatan.

Saatnya kita menghadirkan lebih banyak lembaga keuangan/pembiayaan yang dikelola secara profesional dan mampu melayani kebutuhan seluruh lapisan masyarakat, khususnya UMKM, sehingga perekonomian daerah maupun nasional menjadi kokoh ditopang oleh UMKM-UMKM yang kuat dan mandiri.

Prospek bisnis UMKM di Indonesia masih menghadapi ujian berat, walaupun dari sisi potensi jumlah dan kemampuan menyerap tenaga kerja, UMKM memiliki keunggulan mutlak. Ujian berat yang dihadapi UMKM masih berkutat dalam hal peningkatan kemampuan internalnya sendiri, maupun juga permasalahan eksternal lainnya. Kondisi UMKM yang belum baik ini, jika tidak diperbaiki segera akan menjadi bertambah terpuruk dengan adanya perdagangan bebas dan otonomi daerah.

Oleh karena itu, untuk mengatasi kemelut yang dihadapi UMKM, maka tidak lain kebijakan yang mendorong langsung perkembangan UMKM pada masa kini dan di masa datang sangat diperlukan. Kebijakan langsung dimaksud bukan hanya dalam

hal penyediaan faktor-faktor produksi dan lingkungan bisnis yang sangat diperlukan UMKM, melainkan juga (bila diperlukan) kebijakan proteksi terhadap UMKM tertentu.

Kebijakan proteksi ini jangan ditafsirkan bahwa kita harus segera menghentikan komitmen kita terhadap semangat liberalisasi dan globalisasi yang telah kita setuju, namun lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk menyeleksi kegiatan-kegiatan ekonomi yang masih harus dilindungi, terutama UMKM yang baru tumbuh (infant industries) maupun UMKM yang mempunyai keterkaitan dengan rakyat kebanyakan. Ini karena bila tidak dilindungi, maka UMKM dalam kelompok ini akan tergilas dengan adanya perdagangan bebas.

Singkat kata, prospek bisnis UMKM kini dan mendatang dalam menghadapi perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung tidak hanya pada upaya kita dalam meningkatkan daya saing UMKM, melainkan juga pada komitmen nasional untuk secara serius mengembangkan kegiatan usaha ini. Tanpa ini semua, perdagangan bebas dan otonomi daerah hanya akan menjadi malapetaka dahsyat bagi kelangsungan pembangunan Indonesia kini dan mendatang.

A.

BAB IV

A. Motivasi Kerja

Menurut Hasibuan (2000:142) motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Jadi motivasi mengarahkan daya dan potensi bawahannya, agar mau bekerja sama secara produktif, berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.

Dalam penelitian Parwono (2006:12) Motivasi terdiri dari tiga unsur yang saling berinteraksi dan saling ketergantungan, yaitu:

- 1) Kebutuhan (*Needs*)
- 2) Dorongan (*Drives*)
- 3) Insentif (*Incentives*)

Menurut As'ad dalam Anwar hamdani dan Suroto, motivasi atau *motivation* berarti pemberian motif, penimbunan motif atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan kerja. Motivasi dapat pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Sedangkan motif adalah tenaga pendorong yang mendorong manusia untuk bertindak atau suatu tenaga di dalam diri manusia yang menyebabkan manusia bertindak.

Faktor pendorong penting yang menyebabkan manusia bekerja, adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Aktivitas kerja mengandung unsur suatu kegiatan

sosial, menghasilkan sesuatu, dan pada akhirnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya (As'ad, 2005: 46).

Motivasi yang ada di dalam dunia kerja biasanya disebut dengan motivasi kerja. Martoyo (2001: 32) mendefinisikan motivasi kerja sebagai sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja. Motif sering kali diartikan dengan istilah dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat sehingga motif tersebut merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertindak laku, dan di dalam perbuatan itu mempunyai tujuan tertentu.

Yulk (dalam Thoha, 2000:57) memberikan batasan mengenai motivasi sebagai “*the process by which behavior is energized and directed*”. Ahli yang lain memberikan kesamaan antara motif dengan *needs* (dorongan, kebutuhan). Dari batasan di atas dapat disimpulkan bahwa motif adalah yang melatarbelakangi individu berbuat untuk mencapai tujuan tertentu.

B. Teori Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Secara konkrit motivasi dapat diberi batasan sebagai “ Proses pemberian motif (penggerak) bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi secara efisien” seperti yang dinyatakan Sarwoto dalam Anwar Prabu (2005:5).

“ Motivasi adalah pemberian kegairahan bekerja kepada pegawai. Dengan pemberian motivasi dimaksudkan pemberian daya perangsang kepada pegawai yang

bersangkutan agar pegawai tersebut bekerja dengan segala daya dan upayanya “ (Manullang, 1982:150).

Penggerakkan (Motivating) dapat didefinisikan : Keseluruhan proses pemberian motif bekerja kepada para bawahan sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis “ (Siagian, 1983 : 152).

Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Motivasi semakin penting karena manajer/pimpinan membagikan pekerjaan kepada bawahannya untuk dikerjakan dengan baik dan terintegrasi kepada tujuan yang diinginkan. Beberapa teori tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Teori Keadilan (*Equity Theory*)

Inti dari teori keadilan ini adalah bahwa pegawai membandingkan usaha dan imbalan pegawai dengan usaha dan imbalan yang diterima oleh orang lain dalam situasi kerja yang serupa.

b. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*)

Teori ini tidak menggunakan konsep suatu motif atau proses motivasi. Sebaliknya teori ini menjelaskan bagaimana konsekuensi perilaku di masa lalu mempengaruhi tindakan di masa yang akan datang.

c. Penetapan Tujuan (*Goal Setting*)

Tujuan adalah apa yang ingin dicapai oleh seseorang dan tujuan merupakan suatu obyek dalam suatu tindakan. Langkah-langkah dalam menetapkan tujuan antara lain :

- 1) Menentukan apakah orang, organisasi dan teknologi cocok untuk penetapan tujuan.
- 2) Mempersiapkan pegawai lewat bertambahnya interaksi interpersonal, komunikasi, pelatihan dan rencana kegiatan untuk penetapan tujuan.
- 3) Menekankan sifat-sifat dalam tujuan yang harus dimengerti oleh pimpinan dan bawahan.
- 4) Melakukan pemeriksaan lanjutan untuk mengadakan penyesuaian yang perlu dalam tujuan yang telah ditetapkan.
- 5) Melaksanakan pemeriksaan akhir untuk mengecek tujuan yang telah ditetapkan, dimodifikasi dan dicapai.

Stephen P Robbins (2001) mengelompokkan beberapa teori motivasi yang meliputi teori awal motivasi dan teori kontemporer tentang motivasi. Teori awal motivasi adalah teori X dan teori Y serta teori dua faktor. Sedangkan teori kontemporer meliputi teori ERG, teori kebutuhan McClelland, teori evaluasi kognitif, teori penetapan sasaran, teori penguatan, teori hanyut (*flow*) dan motivasi intrinsik, teori kesetaraan dan teori pengharapan.

Dalam penelitian ini teori motivasi yang dapat lebih diberi perhatian karena berkaitan erat dengan pencapaian kinerja adalah teori pengharapan. Teori pengharapan mengatakan bahwa pegawai dimotivasi untuk melakukan upaya lebih

keras apabila pegawai tersebut meyakini upaya tersebut akan menghasilkan penilaian kinerja yang lebih baik. Teori pengharapan berfokus pada tiga hubungan yaitu : (1) hubungan upaya–kinerja. Probabilitas yang dipersepsikan oleh individu yang mengeluarkan sejumlah upaya tertentu itu akan mendorong kinerja. (2) Hubungan kinerja – imbalan. Sampai sejauh mana individu itu meyakini bahwa berkinerja pada tingkat tertentu akan mendorong tercapainya *output* yang diinginkan. (3) Hubungan imbalan – sasaran-pribadi. Sampai sejauh mana imbalan-imbalan organisasi memenuhi sasaran atau kebutuhan pribadi individu serta potensi daya tarik imbalan tersebut bagi individu tersebut.

Lebih lanjut Veithzal Rivai (2001) menjelaskan motivasi kerja pegawai yang profesional yang terdiri dari: (1) dorongan untuk bekerja secara lebih baik, memperhatikan umpan balik dan berorientasi tujuan, (2) upaya untuk bertanggung jawab, berani bersaing, (3) mempunyai keinginan untuk menikmati kesuksesan dan kesediaan menerima tugas.

Dalam memenuhi kebutuhannya seseorang akan berperilaku sesuai dengan dorongan yang dimiliki dan apa yang mendasari perilakunya, untuk itu dapat pula dikatakan bahwa dalam diri seseorang akan ada kekuatan yang mengarah pada tindakannya (H. Teman Koesmono, 2005). Teori motivasi merupakan konsep yang bersifat memberikan penjelasan tentang kebutuhan dan keinginan seseorang serta menunjukkan arah tindakannya. Motivasi seseorang berasal dari intern dan ekstern. Dari hasil penelitian Herpen, Praag dan Cools (2002) mengatakan bahwa motivasi seseorang berupa intrinsik dan ekstrinsik. Sedangkan Gacther and Falk (2000), Kinman and Kinman (2001) menyatakan bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik

sesuatu yang samasama mempengaruhi tugas seseorang. Kombinasi intensif intrinsik dan ekstrinsik merupakan kesepakatan yang ditetapkan dan berhubungan dengan psikologi seseorang.

Hasil penelitian Udai (1985) dalam Fuad Mas'ud (2004) menyatakan bahwa motivasi kerja dapat diukur dengan menggunakan beberapa faktor, yaitu prestasi kerja, pengaruh, pengendalian, ketergantungan dan perluasan (pengembangan).

C. Kemampuan Kerja

Menurut Robbins dalam Frans Farlen (2011:12) kemampuan kerja adalah suatu kapasitas individu untuk UMKM mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan (Robbins,1998).Salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan karyawan di dalam melaksanakan suatu pekerjaan adalah kemampuan kerja. Kemampuan merupakan potensi yang ada dalam diri seseorang untuk berbuat sehingga memungkinkan seseorang untuk dapat melakukan pekerjaan ataupun tidak dapat melakukan pekerjaan tersebut.

Dalam fungsi operasional manajemen kemampuan kerja merupakan fungsi pengembangan, karena dalam fungsi ini pengembangan kemampuan kerja karyawan sangat diperhatikan. Kemampuan kerja pada dasarnya sangat berpengaruh terhadap mutu atau bobot hasil kerja yang dicapai oleh seorang karyawan. Hal ini dapat dimengerti karena dalam kemampuan kerja terdapat berbagai potensi kecakapan, keterampilan, serta potensi yang lain yang mendukung yang tercermin dalam kondisi fisik dan psikis.

Dengan demikian konsep kemampuan kerja mengandung pengertian kekuatan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan pekerjaan. Kemampuan

kerja sangat menentukan kinerja karyawan dalam sebuah perusahaan atau organisasi tersebut. Keberhasilan dan kecakapan pelaksanaan pekerjaan dalam suatu organisasi sangat bergantung pada kinerja karyawannya. Sehingga kemampuan kerja merupakan hal penting bagi seorang karyawan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

Dalam organisasi atau perusahaan, kita bisa melihat bahwa dalam penempatan pegawai atau karyawan pada umumnya semakin tinggi kedudukan seseorang dalam organisasi yang lebih diperlukan adalah kemampuan intelektual yang tinggi dan bukan kemampuan fisiknya. Mengenai kesanggupan seseorang memang sangat tergantung pada kondisi fisik dan psikisnya, yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kemampuan dalam melaksanakan pekerjaannya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan seseorang akan tercermin pada pengetahuan dan kecakapan yang dimilikinya dengan didukung oleh kondisi fisik dan psikisnya. Oleh karena itu untuk melaksanakan suatu pekerjaan tidak cukup kalau hanya memiliki pengetahuan dan kecakapan saja, tetapi harus didukung juga oleh kemampuan yang kuat untuk melaksanakan pekerjaan tersebut.

1. Indikator dari Kemampuan Kerja

Untuk mengetahui seseorang karyawan mampu atau tidak dalam melaksanakan pekerjaannya dapat kita lihat melalui beberapa indikator yang ada di bawah ini. Indikator kemampuan kerja adalah sebagai berikut :

a. Kesanggupan Kerja

Kesanggupan kerja karyawan adalah suatu kondisi dimana seorang karyawan merasa mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan kepadanya.

b. Pendidikan

Pendidikan adalah kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan seseorang termasuk di dalamnya peningkatan penguasaan teori dan keterampilan memutuskan terhadap persoalan yang menyangkut kegiatan mencapai tujuan.

c. Masa Kerja

Masa kerja adalah waktu yang dibutuhkan oleh seorang karyawan dalam bekerja pada sebuah perusahaan atau organisasi. (Robbins, 1998).

Melihat dari beberapa indikator yang ada, tentunya setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuan kerja yang dimiliki oleh para karyawannya. Semakin tinggi tingkat kemampuan kerja yang dimiliki oleh seseorang karyawan, maka kinerja karyawan di dalam perusahaan akan tinggi pula (Robbins, 1998).

D. Pembangunan Ekonomi

Sesuai dengan tujuan pembangunan nasional yang ingin membentuk manusia Indonesia seutuhnya dan merata pada seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini mengandung arti bahwa: (1) ada keselarasan, keserasian, keseimbangan dan kebulatan utuh dalam seluruh kegiatan pembangunan. Bahwa pembangunan adalah untuk manusia dan bukan sebaliknya manusia untuk pembangunan. Pembangunan ekonomi menduduki tempat utama dalam pembangunan dewasa ini. Akan tetapi tidak mengabaikan unsur sosial budaya, dan lainnya mendapat perhatian yang seimbang; (2) pembangunan merata untuk seluruh masyarakat dan seluruh wilayah tanah air; dan (3) pembangunan harus berkepribadian Indonesia dan menghasilkan masyarakat maju.

Demikian juga tercantum dalam Trilogi Pembangunan yang isinya antara lain (Sastraatmadja dalam Setyo Tri Wahyudi, 2008:24): pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya yang menuju pada terciptanya keadilan sosial bagi seluruh rakyat, pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, serta terciptanya stabilitas nasional yang sehat dan dinamis. Pembangunan ekonomi mencakup perubahan tata susunan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Pembangunan merupakan proses transformasi yang dalam perjalanan waktu ditandai perubahan struktural. Perubahan struktural itu merupakan perubahan pada landasan kegiatan ekonomi maupun pada kerangka susunan ekonomi masyarakat yang bersangkutan (Djojohadikusumo, 1994:47).

Dalam pada proses itu, pembangunan mencakup perubahan pada komposisi produksi, perubahan pada pola penggunaan (alokasi) sumberdaya produksi, perubahan pada pola pembagian kekayaan dan pendapatan diantara para pelaku ekonomi. Dengan demikian pembangunan ekonomidipandang sebagai proses yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya. Selanjutnya pembangunan ekonomi perlu dipandang sebagai kenaikan dalam pendapatan. Kenaikan itu merupakan penerimaan dan timbulnya perbaikan dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Proses pembangunan terutama bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat baik spiritual maupun material. Peningkatan taraf hidup masyarakat mencakup suatu perangkat cita-cita meliputi: (a) Pembangunan harus bersifat rasionalistis, artinya bahwa haluan yang diambil harus berlandaskan pada pertimbangan rasional, berdasarkan fakta, sehingga nantinya merupakan suatu kerangka yang sinkron. (b) Adanya rencana pembangunan dan proses pembangunan.

Artinya, adanya keinginan untuk selalu membangun pada ukuran dan haluan yang terkoordinasi secara rasional dalam suatu sistem. (c) Peningkatan produktifitas. (d) Peningkatan standar kehidupan. (e) Kedudukan, peranan, dan kesempatan yang sederajat dan sama di bidang politik, sosial, ekonomi dan pertahanan keamanan. (f) Pengembangan lembaga-lembaga sosial dan sikap-sikap dalam masyarakat.

Peningkatan peran serta masyarakat dalam kerangka pembangunan daerah sesuai dengan tujuan diberlakukannya otonomi daerah ditunjukkan oleh pergeseran peranan pemerintah dari posisi yang sentral dalam merencanakan dan melaksanakan pembangunan pada peningkatan kemandirian daerah. Kebijakan-kebijakan pembangunan haruslah didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumber daya manusia, kelembagaan, dan sumber daya fisik secara lokal (daerah). Orientasi ini mengarahkan kepada pengambilan inisiatif-inisiatif yang berasal dari daerah tersebut dalam proses pembangunan untuk menciptakan kesempatan kerja baru dan merangsang peningkatan kegiatan ekonomi.

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses, yaitu proses yang mencakup pembentukan institusi-institusi baru, pembangunan industri-industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar-pasar baru, alih ilmu pengetahuan dan pengembangan perusahaan-perusahaan baru. Upaya pembangunan ekonomi daerah mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat daerah. Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah daerah bersama masyarakat harus mengambil inisiatif pembangunan daerah.

E. Pertumbuhan Ekonomi

Secara sederhana, pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai peningkatan kapasitas produksi barang dan jasa suatu negara/daerah. Biasanya, pertumbuhan ekonomi diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB), Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), atau ukuran-ukuran pendapatan agregat lainnya. PDB/PRDB ini bisa positif dan/atau negatif. Sifatnya yang negatif yang menunjukkan terjadinya resesi ekonomi, sedangkan jika positif menunjukkan terjadinya ekspansi perekonomian.

Pertumbuhan ekonomi bisa menimbulkan efek positif dan negatif. Positifnya, ia memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas kehidupan dan distribusi pendapatan. Negatifnya, pertumbuhan ekonomi menyebabkan munculnya konsumerisme, kerusakan lingkungan hidup, ketidakadilan ekonomi bagi sebagian besar masyarakat miskin.

Pertumbuhan ekonomi hanya terjadi jika masyarakat mampu mengelola sumberdaya, baik barang maupun jasa, menjadi sesuatu yang lebih bernilai (Romer, dalam Henderson, 2007). Pertanyaanya, bagaimana mencapai pertumbuhan ekonomi?

Menurut Adam Smith dalam Alamsyah (2010:3), pembagian kerja (*division of labour*), yang dimaknai sebagai spesialisasi produksi dan disertai dengan inovasi teknis dan penggunaan teknologi, memungkinkan peningkatan pertumbuhan ekonomi dan produksi. Di samping itu, perekonomian harus diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar (hukum permintaan dan penawaran). Sebab, mekanisme *invisible hand* (tangan-tangan tak terlihat/hukum penawaran dan permintaan) yang digerakkan oleh prinsip spontanitas dalam rangka mencapai kepuasan pribadi (*individual satisfaction*) akan mendorong pencapaian tingkat manfaat yang optimal bagi keseluruhan masyarakat.

Sementara itu, bagi Jhon Maynard Keynes, kata kunci untuk mencapai pertumbuhan ekonomi adalah investasi nyata (*real investment*) yang akan melahirkan efek berantai (*multiplier effect*). Contoh investasi nyata yang melahirkan *multiplier effect* adalah proyek infrastruktur.

Menurut Keynes, perekonomian tak boleh diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Sebab, pasar bukanlah sosok yang sempurna. Pasar juga memiliki beragam kelemahan, misalnya: pasar tidak bisa menyediakan barang dan jasa publik, pasar tidak bisa mengatasi eksternalitas negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi produktif manusia, pasar tidak bisa mengatasi ketidakadilan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pemerintah berkewajiban mengintervensi sistem perekonomian, misalnya, melalui kebijakan moneter dan kebijakan fiskal.

Pasca Adam Smith dan Jhon Maynard Keynes, beberapa ekonom memberikan penjelasan baru terhadap pertumbuhan ekonomi. Ada yang mengatakan pertumbuhan ekonomi tidak hanya dipengaruhi modal fisik (*physical capital*), tetapi juga dipengaruhi modal manusia (*human capital*) dan modal sosial (*social capital*) (Sen, 1999). Ekonom yang lain mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi perkembangan teknologi suatu bangsa dan bukan hanya oleh akumulasi modal. Semakin canggih perkembangan teknologinya, semakin tinggi pertumbuhan ekonominya.

Saat ini, konsep pertumbuhan ekonomi hanyalah salah satu dari sekian banyak cara untuk mengukur kegagalan dan keberhasilan pembangunan ekonomi. Di luar pertumbuhan ekonomi, kita mengenal beragam alat ukur pembangunan ekonomi: misalnya Indeks Pembangunan Manusia (Human Development Index) yang dikembangkan UNDP dan Millenium Development Goals (MDGs) yang

dikembangkan United Nations. Lahirnya alat ukur baru ini menunjukkan munculnya aspirasi baru dalam memahami proses dan makna pembangunan.

F. Konsep Pemberdayaan

Secara konseptual pemberdayaan yang dikenal dari bahasa Inggris yaitu "*Empowerment*" adalah sebuah konsep yang lahir sebagai bagian dari perkembangan alam pikiran masyarakat dan kebudayaan umat manusia. Memahami konsep pemberdayaan secara benar, memerlukan upaya pemahaman latar belakang kontekstual yang melahirkannya. Konsep tentang pemberdayaan telah diterima dan digunakan, mungkin dengan pengertian dan persepsi yang berbeda satu dengan yang lain. Pemakaian konsep tersebut secara kritis meminta adanya telaah yang sifatnya mendasar dan jernih.

Ilmu sosial tradisional menekankan bahwa kekuasaan berkaitan dengan pengaruh dan kontrol. Pengetian ini mengasumsikan bahwa kekuasaan sebagai sesuatu yang tidak berubah atau tidak dapat dirubah. Kekuasaan sesungguhnya tidak terbatas pada pengertian diatas. Kekuasaan tidak vakum dan terisolasi. Kekuasaan senantiasa hadir dalam konteks relasi sosial antar manusia. Kekuasaan tercipta dalam relasi sosial. Karena itu, kekuasaan dan hubungan kekuasaan dapat berubah. Dengan pemahaman kekuasaan seperti ini, pemberdayaan sebagai sebuah proses perubahan kemudian memiliki konsep yang bermakna. Dengan kata lain, kemungkinan terjadinya proses pemberdayaan sangat tergantung pada dua hal: (1) Bahwa kekuasaan dapat berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah, pemberdayaan tidak

mungkin terjadi dengan cara apapun, (2) Bahwa kekuasaan dapat diperluas. Konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis, melainkan dinamis (**Edi Suharto, 2005:58**).

Pemberdayaan berarti menghilangkan batasan birokratis yang mengkotakkan orang dan membuat mereka menggunakan seefektif mungkin keterampilan, pengalaman, energi dan ambisinya (**Bennis dan Mische, dalam Sedarmayanti, 1999**). Ini berarti memperkenalkan mereka untuk mengembangkan suatu perasaan memiliki bagian-bagian dari proses, khususnya yang menjadi tanggung jawab mereka. Sementara pada waktu yang sama menuntut mereka menerima suatu bagian tanggung jawab dan kepemilikan yang lebih luas dari kesehuruhan proses.

Dapat diperoleh gambaran bahwa pemberdayaan adalah proses pemberian atau pelimpahan kekuasaan, kekuatan dan kemampuan kepada baik individu, masyarakat maupun kepada organisasi, selain daripada itu pemberdayaan juga merupakan pemberian stimulasi dorongan dan motivasi kepada individu yang berada dalam organisasi sehingga pemberdayaan merupakan suatu dukungan baik kepada organisasi itu sendiri maupun kepada manusia, sarana dan dana sebagai sumber daya organisasi (**Pranarka & Vidhyandika, 1996**).

Menurut Webster dalam *Oxford English Dictionary* kata "*Empower*" mengandung dua arti. Pengertian pertama adalah *to give power or authority to*, dan pengertian kedua berarti *to give ability to or enable*. Konsep tersebut diatas dapat diartikan bahwa pertama pemberdayaan merupakan pemberian kekuasaan, mengalihkan kekuatan, atau mendelegasikan otoritas kepada pihak lain. Kedua pemberdayaan adalah sebagai upaya untuk memberi kemampuan atau keberdayaan.

Pemberdayaan murni memerlukan waktu yang tidak sedikit tetapi akan mengalir ke seluruh organisasi dan menyebabkan perubahan di seluruh bagian organisasi. Permulaan untuk melakukan proses pemberdayaan, harus berdasarkan penilaian jujur tentang budaya dalam organisasi pada saat terakhir. Penilaian tersebut akan mengarah kepada suatu kesadaran yang lebih mendalam tentang apa yang perlu diubah, mengapa perlu diubah, dan apa hambatan utamanya. Pemberdayaan tidak timbul begitu saja hanya karena pimpinan memberitahu stafnya bahwa mereka sekarang telah diberi wewenang dan kemudian akan berhasil pada saat mereka bekerja. Pemberdayaan merupakan proses yang memerlukan perencanaan menyeluruh, pemikiran mendalam tentang mekanisme pemantauan dan peningkatan secara terus menerus. Rencana untuk mengadakan pemberdayaan akan memberi dasar membentuk kejadian penting dan mengukur prestasi.

Shardlow (1998) dalam **Adi (2003 : 54)** Melihat bahwa pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka.

Pemberdayaan tergantung pada kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sendiri, karena kemiskinan mencerminkan ketiadaan pilihan bagi seseorang. Dasar pandangannya adalah bahwa upaya yang dilakukan harus diarahkan langsung pada akar persoalannya, yaitu meningkatkan kemampuan rakyat. Bagian yang tertinggal dalam masyarakat harus ditingkatkan kemampuannya dengan mengembangkan dan mendinamisasikan potensinya, dengan kata lain memberdayakannya (*The Commission Global Goverment* dalam **Kartasasmita :1996**).

Pemberdayaan adalah upaya memberdayakan (mengembangkan klien dari keadaan tidak atau kurang berdaya menjadi mempunyai daya) guna mencapai kehidupan yang lebih baik. Jadi pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengembangkan masyarakat dari keadaan kurang atau tidak berdaya menjadi punya daya dengan tujuan agar masyarakat tersebut dapat mencapai / memperoleh kehidupan yang lebih baik. **Payne (1997: 266)** mengatakan sebagai berikut: *"to help clients gain power of decision and action over their own lives by reducing the effect of social or personal blocks to exercising capacity and self-confidence to use power and by transferring power from the environment to clients"* Artinya bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membantu masyarakat memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan mereka lakukan yang terkait dengan diri mereka sendiri, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri pada masyarakat untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya.

Shardlow (1998:32) menjelaskan bahwa pengertian mengenai pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok maupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Gagasan ini mengartikan pemberdayaan sebagai upaya mendorong klien untuk menentukan sendiri apa yang harus ia lakukan dalam kaitannya dengan upaya mengatasi permasalahan yang ia hadapi sehingga klien mempunyai kesadaran dan kekuasaan penuh dalam membentuk hari depannya. Pemberdayaan masyarakat mengacu kepada kata *empowerment*, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki sendiri oleh masyarakat. Jadi,

pendekatan pemberdayaan masyarakat bertitik berat pada pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai suatu sistem yang mengorganisir diri mereka sendiri sehingga diharapkan dapat memberi peranan kepada individu bukan sekedar objek, tetapi justru sebagai subjek pelaku pembangunannya ikut menentukan masa depan dan kehidupan masyarakat.

Secara umum, dalam kaitannya dengan masyarakat sebagai objek yang akan diberdayakan, pemberdayaan adalah upaya memberikan motivasi atau dorongan kepada masyarakat agar mereka memiliki kesadaran dan kemampuan untuk menentukan sendiri apa yang harus mereka lakukan untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi (**Setiana, 2002:8**). Rakyat berada dalam posisi yang tidak berdaya (*powerless*). Posisi yang demikian memberi ruang yang lebih besar terhadap penyalahgunaan kekuasaan yang berimplikasi terhadap pelanggaran hak-hak rakyat.

Dengan demikian, rakyat harus diberdayakan sehingga memiliki kekuatan posisi tawar (*empowerment of the powerless*).

Pemberdayaan (*empowerment*) dalam studi kepustakaan memiliki kecenderungan dalam dua proses. *Pertama*, proses pemberdayaan yang menekankan pada proses pemberian atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan kepada masyarakat agar individu menjadi lebih berdaya, dan *kedua*, menekankan pada proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog. Proses yang pertama merupakan suatu pendekatan alternatif terhadap pembangunan yang menempatkan prioritas pada kaum miskin. Dalam hal ini menurut John Friedman, pembangunan alternatif menekankan keutamaan politis untuk melindungi kepentingan rakyat. Selanjutnya, tujuan dari

pembangunan alternatif adalah memanusiakan suatu sistem yang membungkam mereka dan untuk mencapai tujuan ini diperlukan bentuk-bentuk perlawanan dan perjuangan politis yang menekankan hak-hak mereka sebagai manusia dan sebagai warga negara yang tersingkir. Kartasasmita, menyatakan bahwa upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu: (1) menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*), (2) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*), dan (3) memberdayakan mengandung pula arti melindungi kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah (Setiana 2005: 6).

Pada intinya, pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat makin tergantung pada program-program pemberian (*charity*). Karena tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri kearah kehidupan yang lebih baik secara berkesinambungan. Pemberdayaan masyarakat adalah meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya. Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan menempatkan masyarakat sebagai pihak utama atau pusat pengembangan dengan sasarannya adalah masyarakat yang terpinggirkan.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat guna menganalisa kondisi dan potensi serta masalah-masalah yang perlu diatasi. Yang intinya adalah melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat bertitik tolak untuk memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf hidupnya, mengoptimalkan sumber daya setempat sebaik mungkin, baik sumber daya alam maupun sumber daya

manusia. Pemberdayaan masyarakat akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menyampaikan kebutuhannya kepada instansi-instansi pemberi pelayanan.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pemberdayaan bertujuan untuk memberikan kekuatan terhadap rakyat agar memiliki posisi tawar terhadap negara. Posisi tawar ini selanjutnya menjadi kekuatan untuk mengontrol kekuasaan negara dalam menyelenggarakan manajemen pemerintah, sehingga hak-hak rakyat tidak tereksplotasi dan dapat berpartisipasi secara aktif dan bebas. Di dalam melakukan pemberdayaan keterlibatan masyarakat yang akan diberdayakan sangatlah penting sehingga tujuan dari pemberdayaan dapat tercapai secara maksimal.

Program yang mengikutsertakan masyarakat, serta memiliki beberapa tujuan agar bantuan tersebut efektif karena sesuai dengan kehendak dan mengenali kemampuan serta kebutuhan mereka, serta meningkatkan keberdayaan (*empowering*) masyarakat dengan pengalaman merancang, melaksanakan dan mempertanggungjawabkan upaya peningkatan diri dan ekonomi (**Kartasasmita, 1996:249**).

Untuk itu diperiukan suatu perencanaan pembangunan yang didalamnya terkandung prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat. Dalam perencanaan pembangunan seperti ini, terdapat dua pihak yang memiliki hubungan yang sangat erat yaitu *pertama*, pihak yang memberdayakan (*Comrmnity Worker*) dan *kedua*, pihak yang diberdayakan (masyarakat). Antara kedua pihak harus saling mendukung sehingga masyarakat sebagai pihak yang akan diberdayakan bukan hanya dijadikan objek, tapi lebih diarahkan sebagai subjek (pelaksana).

Pemberdayaan merupakan suatu bentuk upaya memberikan kekuatan, kemampuan, keterampilan, pengetahuan dan berbagai bentuk inovasi kreatif sesuai dengan kondisi, yang secara potensial dimiliki. Disamping itu secara bertahap

masyarakat juga didorong untuk meningkatkan kapasitas dirinya untuk mengambil peran yang sejajar dengan mereka yang lebih berdaya melalui proses penyadaran.

Berdasarkan uraian diatas, jika dikaitkan dengan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan pemberian kewenangan terhadap masyarakat untuk ikut serta melakukan kegiatan pengelolaan pemberdayaan masyarakat perdesaan secara berdaya guna dan berhasil guna sehingga dapat memberikan kesejahteraan terhadap masyarakat.

1. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan dari asal kata daya. Daya artinya kekuatan, sehingga pemberdayaan adalah penguatan. Dengan demikian pemberdayaan masyarakat adalah penguatan masyarakat yang lemah. Dimaksud dengan masyarakat lemah adalah lemah secara politik, lemah secara ekonomi, dan lemah secara sosial budaya. Jadi pemberdayaan masyarakat adalah penguatan masyarakat di bidang politik, ekonomi, dan sosial budaya, serta mengandung adanya penguatan moral.

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses, dimana kekuatan masyarakat dalam pengambilan keputusan pembangunan sangat dominan. Pemberdayaan atau *Empowering* dalam kaitannya dengan lembaga atau badan dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah atau swasta dalam rangka memberikan kekuatan untuk dapat berkembang melalui bantuan pendidikan dan keterampilan serta bantuan modal. Pemberdayaan juga dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan untuk memberikan kekuatan lembaga, badan organisasi masyarakat agar mampu mengembangkan dirinya melalui

bantuan, baik yang bersifat materi maupun yang bersifat teknis melalui pendidikan dan pelatihan secara teratur.

Kesadaran akan pentingnya dimensi manusia dalam pembangunan berkelanjutan, kemudian dilakukan reorientasi kebijakan pembangunan yang menyeimbangkan pembangunan ekonomi dengan pembangunan sosial. Oleh sebab itu, setiap individu seharusnya berperan optimal dan diposisikan bukan sebagai obyek, tetapi sebagai pelaku dan subyek yang menetapkan tujuan, mengendalikan sumber daya, serta pertumbuhan ekonomi yang tujuan akhirnya adalah peningkatan harkat manusia itu sendiri sebagai subyek pembangunan. Implikasi ini sebagai upaya pembangunan harus diarahkan langsung pada akar persoalannya, yaitu melakukan pemberdayaan masyarakat untuk menumbuhkan kapasitas, kapabilitas, dan untuk membentuk masyarakat yang percaya diri.

Berdasarkan pengertian diatas, maka pemberdayaan masyarakat merupakan pelimpahan kekuasaan, wewenang atau kekuatan kepada masyarakat agar masyarakat tersebut memiliki kemampuan untuk mengelola setiap potensi dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang dikehendaki dengan cara memberikan dorongan, menstimulasi, dan memotivasi serta melakukan revitalisasi semua sumber daya masyarakat.

Konsep pemberdayaan atau "*Empowerment*" muncul karena dua premis mayor, yakni kegagalan dan harapan (**Friedmen, 1992**). Kegagalan yang dimaksud adalah gagalnya model-model pembangunan dalam menanggulangi masalah. Sementara itu, harapan muncul karena adanya alternatif-alternatif

pembangunan yang memasukkan nilai-nilai demokrasi, persamaan gender, persamaan antar generasi, dan pertumbuhan ekonomi yang memadai.

Konsep pemberdayaan sebagai konsep alternatif pembangunan pada intinya menekankan pada otonomi pengambilan keputusan. Konsep ini merupakan hasil kerja proses interaktif, baik pada tataran ideologis maupun pada tataran implementasi. Pada tataran ideologis, konsep pemberdayaan merupakan hasil interaktif antara konsep "*top-down* " dan "*bottom-up* " antara "*growth strategy* dan *people centered strategy* ". Pada tataran implementasi, interaktif akan terjadi lewat pertarungan antar otonomi (**Friedman, 1992**).

Rapoport (1994) dalam **Edy Suharto (2006 : 59)** mengemukakan bahwa "pemberdayaan adalah suatu cara dengan nama rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (berkuasa atas) kehidupannya". Dari pandangan ini dapat ditelusuri pula bahwa keberadaan BAPPEDA sebagai organisasi yang sudah tentunya memiliki sumber daya aparatur manusianya perlu diarahkan dalam arti diberdayakan agar mampu menguasai apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya.

Pemberdayaan tidaklah berakibat pada hilangnya wewenang staf, melainkan lebih pada penggunaan wewenang yang berbeda, yang pada umumnya justru jauh lebih memuaskan. Manfaat-manfaat bagi individu meliputi kesempatan untuk meningkatkan kecakapan-kecakapan yang penting, terutama pada masa sekarang ketika jaminan kerja semakin kurang didasarkan pada persyaratan-persyaratan awal dan lamanya bekerja, melainkan pada kemampuan untuk mendapatkan dan memasarkan kecakapan-kecakapan baru dan pengalaman-pengalaman yang beraneka ragam. Pemberdayaan juga memberi

kepada staf rasa berprestasi yang lebih besar dan oleh karena itu meningkatkan motivasi.

Sejak terbitnya buku *Reinventing Government* (1992) oleh Osborne dan Gabler, pengertian *Empowering* mempunyai konotasi lain. Dimulai dengan konsep *entrepreneurial spirit* yang seharusnya ada pada birokrasi yang dari apa yang kita harapkan. Manusia harus bersikap pro-aktif. Sudah menjadi hukum alam bahwa mempertahankan *status quo*, ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan. Keadaan yang sebaik apapun, karena berjalannya waktu, akan menjadi usang sehingga sukar dibenarkan manakala yang usang dipertahankan.

Pemberdayaan secara umum diartikan lebih berdaya dari sebelumnya, baik dalam hal wewenang, tanggung jawab maupun kemampuan individual yang memilikinya. Pemberdayaan atau *empowerment* adalah "sesuatu peningkatan kemampuan yang sesungguhnya potensinya ada, dimulai dari status kurang berdaya menjadi lebih berdaya, sehingga lebih bertanggung jawab" (Sedarmayanti, 2008:285). Filosofi pemberdayaan menyatakan bahwa: "Di dunia ini tidak ada sesuatu yang sempurna. Oleh karena itu perubahan terjadi menjadi lebih baik, dan bukan terbaik".

Selanjutnya dikatakan bahwa pemberdayaan memberikan dampak pada pengembangan individu. Hal ini diwujudkan dalam: (1) peningkatan motivasi, komitmen, energi, dan antusiasme, (2) tingkat keterampilan yang lebih tinggi, (3) meningkatnya kinerja individu. Ditambahkan pula bahwa pemberdayaan, juga sebagai salah satu cara untuk mengantisipasi lingkungan yang sedang berubah. Pemberdayaan merupakan bagian dari pembangunan. "Pembangunan merupakan proses untuk melakukan perubahan" (Riyadi, 2005:4).

Memberdayakan orang, berarti mendorong mereka menjadi lebih terlibat dalam keputusan dan aktivitas yang mempengaruhi pekerjaan mereka. Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuasaan orang-orang yang lemah atau tidak beruntung. "Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagi pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga yang mempengaruhi kehidupannya".

Dalam kaitan ini, proses tersebut dapat ditempuh melalui pelatihan, pendidikan, maupun pelimpahan kekuasaan, sebagaimana juga dapat dikemukakan, bahwa pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.

Pemberdayaan mengacu kepada pentingnya proses sosial selama program berlangsung. Jadi, ia lebih berorientasi pada proses, bukan pada hasil. Tujuan filosofis dari ini adalah untuk memberikan motivasi atau dorongan kepada masyarakat dan individu agar menggali potensi yang ada pada dirinya untuk ditingkatkan kualitasnya, sehingga akhirnya mampu mandiri. Terlihat bahwa proses pembelajaran dan adanya proses menuju pembuatan perubahan yang permanen merupakan kunci utama dalam pemberdayaan.

Konsep pemberdayaan yang muncul tahun 1990-an merupakan suatu antitesis dari pendekatan pembangunan (*developmentalisme*). Semenjak diimplementasikan pasca PDII, konsep pembangunan yang semakin bermakna sebagai modernisasi telah banyak menuai kritik, terutama dari paradigma ketergantungan pada era tahun 1970-an, yaitu ketika disadari bahwa

pembangunan telah gagal dalam memerangi kemiskinan dan tidak mampu memberi kesejahteraan kepada masyarakat banyak. Pembangunan secara sederhana dimaknai dengan implementasi program dan proyek yang merupakan *crashed program* atau tubrukan program. Antara pemberdayaan dan pembangunan berbeda secara diametral, mulai dari posisi paradigmatiknya, pendekatan, strategi, sampai kepada bentuk aksi-aksinya di lapangan, bahkan dalam cara mengindikasikan keberhasilannya.

Cara yang paling mudah untuk memahami perbedaan "pemberdayaan" dan "pembangunan" atau lebih khususnya antara *crash program* dengan *empowerment program*, adalah dengan membandingkan secara diametral misalnya dalam aspek bentuk program, konsep pembangunan, erased programnya bersifat jangka pendek, temporal, dan parsial. Sedangkan dalam konsep pemberdayaan, *empowerment program* berjangka menengah dan panjang, berkesinambungan dan utuh. Di samping itu, asumsi terhadap program menurut konsep pembangunan merupakan aktivitas pokok. Sedangkan menurut konsep pemberdayaan, hanya sebagai strategi antara tujuan yang lebih luas dan panjang.

Sementara itu, **Robbins (2003:19)** memberikan pengertian "pemberdayaan sebagai menempatkan pekerja bertanggung jawab atas apa yang mereka kerjakan". Dengan demikian seorang manajer belajar untuk berhenti mengontrol dan pekerja belajar bagaimana bertanggung jawab atas pekerjaannya dan membuat keputusan yang tepat. Pemberdayaan dapat mengubah gaya kepemimpinan, hubungan kekuasaan, cara pekerjaan dirancang, dan cara organisasi distrukturkan.

Pemberdayaan merupakan suatu proses di mana pekerja diberi peningkatan sejumlah otonomi dan keleluasan dalam hubungannya dengan pekerjaan mereka (**Greenberg dan Baron, 2003:448**). Ini berarti pula bahwa otonomi maupun keleluasan tersebut membawa konsekuensi kepemilikan ilmu pengetahuan, keterampilan maupun pengalaman yang mendukung, yang mereka peroleh melalui pendidikan, pelatihan, pengalaman kerja dan lainnya. Dengan demikian pemberdayaan merupakan komhmen antara keadaan pekerja dalam hal ini aparatur yang tidak mempunyai kekuatan untuk mempertimbangkan bagaimana mengerjakan pekerjaan, sampai pada keadaan dimana aparatur memiliki kontrol sepenuhnya atas apa yang mereka kerjakan dan bagaimana mengerjakannya. Dengan pemberdayaan, telah terjadi pergeseran kekuasaan kepada tim pekerja yang diperbolehkan membuat keputusan sendiri.

Newstrom dan Davis (dalam Wibowo, 2007:113) menyatakan bahwa "pemberdayaan merupakan setiap proses yang memberikan otonomi yang lebih besar kepada pekerja melalui saling menukar yang relevan dan ketentuan tentang pengawasan atas faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kerja).

Memberdayakan orang dapat dilakukan dengan cara memindahkannya dari posisi yang biasanya hanya melakukan apa yang disuruh, ke dalam posisi lain yang memberikan kesempatan untuk lebih bertanggung jawab. Rentang pemberdayaan sangat luas dan bervariasi. Pemberdayaan dapat diawali dengan hanya sekedar memberikan dorongan kepada prang agar mau memberikan peran lebih aktif dalam pekerjaannya, sampai pada melibatkan mereka dalam mengambil tanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Pemberdayaan adalah mendorong orang untuk lebih terlibat dalam pembuatan

keputusan dalam organisasi. Dengan demikian, akan meningkatkan kemampuan dan rasa memiliki, dan meningkatkan rasa tanggung jawab sehingga kinerjanya meningkat. Pekerja yang diberdayakan diharapkan melakukan pekerjaan melebihi tanggung jawab yang diberikan kepada mereka.

Dari uraian-uraian tersebut di atas, pemberdayaan mengandung pengertian, perlu dilakukan perubahan paradigma dari keadaan sekarang menjadi keadaan yang diharapkan, misalnya: (1) aparaturnya takut akan kegagalan, menjadi percaya diri dalam mengambil resiko, (2) gagasan baru dipandang dengan kecurigaan, semua gagasan dihargai dan diberi pertimbangan, (3) masalah dilihat sebagai tanda kegagalan, masalah dipandang sebagai peluang untuk pengembangan, (4) keputusan penting sering dibuat secara rahasia, disini setiap orang dilibatkan dalam pengambilan keputusan penting, (5) aparaturnya sering takut akan perubahan, aparaturnya belajar melihat perubahan sebagai tantangan, (6) terdapat jurang pemisah antar dinas/satuan kerja (tim) sehingga menghambat hubungan antara mereka yang berbeda, dinas/satuan kerja (tim) yang berbeda bekerjasama dengan baik.

2. Perencanaan Pembangunan Partisipasi

Istilah partisipasi sekarang ini menjadi kata kunci dalam setiap program pengembangan masyarakat dimana-mana, seolah-olah menjadi "label baru" yang hams melekat pada setiap rumusan kebijakan dan proposal proyek. Dalam perkembangannya seringkali diucapkan dan ditulis berulang-ulang tetapi kurang di praktekkan, sehingga cenderung kehilangan makna. Partisipasi sepadan dengan arti peran serta, ikut serta, keterlibatan, atau proses belajar bersama saling

memahami, menganalisis, merencanakan dan melakukan tindakan oleh sejumlah anggota masyarakat.

Asngari (2001:29) menyatakan bahwa, penggalangan partisipasi ini dilandasi adanya pengertian bersama karena diantara orang-orang itu saling berkomunikasi dan berinteraksi sesamanya. Dalam menggalang peran serta semua pihak itu diperlukan: (1) terciptanya suasana yang bebas dan demokratis, dan (2) terbinanya kebersamaan. Selanjutnya **Slamet (2003:8)** mengatakan bahwa, partisipasi masyarakat dalam pembangunan adalah sebagai ikut sertanya masyarakat dalam pembangunan, ikut dalam kegiatan-kegiatan pembangunan, dan ikut serta memanfaatkan dan menikmati hasil-hasil pembangunan.

Gaventa dan Valderama (1999) dalam Aristo (2004), mencatat ada tiga tradisi konsep partisipasi terutama bila dikaitkan dengan pembangunan masyarakat yang demokratis, yaitu: (1) partisipasi politik (*political participation*), (2) partisipasi sosial (*social participation*), dan (3) partisipasi warga (*citizen participation/citizenship*), ketiga hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Partisipasi Politik (*political participation*), lebih berorientasi pada "mempengaruhi" dan "mendudukan wakil-wakil rakyat" dalam lembaga pemerintahan ketimbang partisipasi aktif dalam proses-proses pemerintahan itu sendiri.
2. Partisipasi Sosial (*social participation*), partisipasi ditempatkan sebagai keterlibatan masyarakat terutama yang dipandang sebagai *beneficiary* atau pihak di luar proses pembangunan dalam konsultasi atau pengambilan keputusan dalam semua tahapan siklus proyek pembangunan dari evaluasi kebutuhan sampai penilaian, implementasi, pemantauan dan evaluasi.

Partisipasi sosial sebenarnya dilakukan untuk memperkuat proses pembelajaran dan mobilisasi sosial. Dengan kata lain, tujuan utama dari proses partisipasi sosial sebenarnya bukanlah pada kebijakan publik itu sendiri tetapi keterlibatan komunitas dalam dunia kebijakan publik lebih diarahkan sebagai wahana pembelajaran dan mobilisasi sosial.

3. Partisipasi Warga (*citizen participation/citizenship*), menekankan pada partisipasi langsung warga dalam pengambilan keputusan pada lembaga dan proses pemerintahan. Partisipasi warga telah mengalihkan konsep partisipasi dari sekedar kepedulian terhadap penerima derma atau kaum terisih menuju ke suatu kepedulian dengan berbagai bentuk keikutsertaan warga dalam pembuatan kebijakan dan pengambilan keputusan di berbagai gelanggang kunci yang mempengaruhi kehidupan mereka. Maka berbeda dengan partisipasi sosial, partisipasi warga memang lebih berorientasi pada agenda penentuan kebijakan publik oleh warga ketimbang menjadikan arena kebijakan publik sebagai wahana pembelajaran.

Proses perencanaan pembangunan partisipasi menurut **Ndaraha (1990:104)** menyatakan bahwa, dalam menggerakkan perbaikan kondisi dan peningkatan taraf hidup masyarakat, maka perencanaan partisipasi harus dilakukan dengan usaha, (1) perencanaan harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang nyata (*felt need*), (2) dijadikan stimulasi terhadap masyarakat, yang berfungsi mendorong timbulnya jawaban (*response*), dan (3) dijadikan motivasi terhadap masyarakat, yang berfungsi membangkitkan tingkah laku (*behavior*). Dalam perencanaan yang partisipatif (*participatory planning*), masyarakat dianggap sebagai mitra dalam perencanaan yang turut berperan serta secara aktif baik dalam hal penyusunan maupun

implementasi rencana, karena walau bagaimanapun masyarakat merupakan *stakeholder* terbesar dalam penyusunan sebuah produk rencana.

Suzetta (2007), sebagai cerminan lebih lanjut dari demokratisasi sebagai bagian dari *good governance* maka proses perencanaan pembangunan juga melalui proses partisipatif. Pemikiran perencanaan partisipatif diawali dari kesadaran bahwa kinerja sebuah prakarsa pembangunan masyarakat sangat ditentukan oleh semua pihak yang terkait dengan prakarsa tersebut. Sejak dikenalkannya model perencanaan partisipatif, istilah "*stakeholders*" menjadi sangat meluas dan akhirnya dianggap sebagai idiom model ini.

Slamet (2003:11) menegaskan bahwa usaha pembangunan pedesaan melalui proses perencanaan partisipatif perlu didekati dengan berbagai cara yaitu: (1) penggalian potensi-potensi dapat dibangun oleh masyarakat setempat, (2) pembinaan teknologi tepat guna yang meliputi penciptaan, pengembangan, penyebaran sampai digunakannya teknologi itu oleh masyarakat pedesaan, (3) pembinaan organisasi usaha atau unit pelaksana yang melaksanakan penerapan berbagai teknologi tepat guna untuk mencapai tujuan pembangunan, (4) pembinaan organisasi pembina / pendukung, yang menyambungkan usaha pembangunan yang dilakukan oleh individu-individu warga kecamatan, kabupaten, provinsi, nasional, (5) pembinaan kebijakan pendukung, yang mencakup input, biaya kredit, pasaran, dan lain-lain yang memberi iklim yang serasi untuk pembangunan.

Cahyono (2006), proses perencanaan pembangunan berdasarkan partisipasi masyarakat harus memperhatikan adanya kepentingan rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga dalam proses perencanaan pembangunan partisipasi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: (1)

perencanaan program harus berdasarkan fakta dan kenyataan masyarakat, (2) program harus memperhitungkan kemampuan masyarakat dari segi teknik, ekonomi dan sosialnya, (3) program harus memperhatikan unsur kepentingan kelompok dalam masyarakat, (4) partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program, (5) pelibatan sejauh mungkin organisasi-organisasi yang ada, (6) program hendaknya memuat program jangka pendek dan jangka panjang, (7) memberi kemudahan untuk evaluasi, (8) program harus memperhitungkan kondisi: uang, waktu, alat dan tenaga (KUWAT) yang tersedia.

Dalam negara demokrasi, partisipasi masyarakat adalah prasyarat mutlak yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Tanpa ada partisipasi, tak ada demokrasi. Demokrasi mempersyaratkan segala urusan publik (*public affairs*) yang dibicarakan dan dirumuskan bersama-sama. Demokrasi dalam konteks ini adalah sebuah sistem pemerintahan yang dijalankan oleh banyak orang bukan satu orang saja. Jika hanya satu orang saja yang menentukan, ia namanya otokrasi (*autocracy*).

Begitu pula dalam hal pembangunan daerah. Hadirnya UU No. 25/2004 tentang Sistem Perencanaan Nasional membuka peluang semua hal yang terkait dengan pembangunan serta dibicarakan bersama-sama dengan menggunakan sistem berjenjang. Mulai dari musyawarah perencanaan di tingkat desa (musrenbangdes) hingga tingkat kabupaten.

Masalahnya adalah, apakah realisasi dari apa yang dicita-citakan sebagai pembangunan partisipatif itu sudah benar-benar partisipatif di tingkat lapangan. Bagaimana tantangan pelaksanaannya, apa kendalanya, bagaimana respon masyarakat, apa tanggapan pemerintah dan seterusnya adalah pertanyaan-pertanyaan yang selalu mengiringi upaya melahirkan pembangunan partisipatif.

Dalam konteks ideal, andaikan model pembangunan partisipatif ini berjalan secara maksimal, hal ini secara praktis akan mengatasi kritik selama ini, seperti pembangunan tidak merata, pembangunan tidak tepat sasaran, pembangunan yang bersifat pragmatis dan lainnya. Dalam situasi di mana daerah memiliki otonomi untuk mengatur kewenangan membangun daerahnya masing-masing secara sosial, politik, ekonomi dan budaya, seharusnya pembangunan partisipatif ini akan mengikis atau paling tidak meminimalisasi problem-problem pembangunan di atas.

Dalam pelaksanaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) dalam perencanaan tahunan daerah, seringkali kita temui adanya kesenjangan antara Rancangan AkMr RKPD yang dihasilkan dengan APBD. Sebabnya karena di antara kedua dokumen tersebut, daerah masih harus menyusun Kebijakan Umum APBD disertai prioritas dan plafon anggaran sebagai acuan untuk menyusun RKA-SKPD. Waktu yang serba mepet di antara proses tersebut seringkali menjadi penyebab tidak setnua aspirasi itu bisa ditampung.

Begitu seringnya usulan masyarakat tidak terakomodasi karena proses birokrasi, bahkan sampai ada yang menyatakan bahwa jika sebagian 50 % usulan itu dapat terakomodasi dalam APBD, hal tersebut dinyatakan sebagai keberhasilan Musrenbang. Ada banyak masalah yang dihadapi, misalnya besarnya anggaran rutin dibandingkan anggaran pembangunan, skala prioritas pembangunan berkaitan dengan kemampuan daerah, serta patologi birokrasi lainnya menjadi penghambat keberhasilan melakukan pembangunan partisipatif.

Kebijakan perencanaan pembangunan daerah mengalami perubahan yang mendasar, seiring dengan pemberlakuan otonomi daerah per 1 Januari 2001. Hal ini terkait dengan hakikat otonomi daerah itu sendiri, yang ingin mengubah sistem

pemerintahan dari sentralisasi menjadi desentralisasi. Pada era sentralisasi, di mana sistem pemerintahan daerah masih dikendalikan pusat, perencanaan pembangunan di daerah bertumpu pada *top-down planning*. Paradigma ini bersifat sekedar menjawab kebutuhan pembangunan yang sentralistik. Apa yang menjadi kemauan pusat, itulah yang harus dijalankan daerah. Akibatnya, sebagian besar prioritas pembangunan yang dilakukan belum bisa menjawab kebutuhan masyarakat.

Berbeda dengan era desentralisasi seperti sekarang, di mana setiap daerah diberi kewenangan untuk mengatur serta melaksanakan roda pemerintahan dan kegiatan pembangunan sesuai dengan otoritas yang dimiliki masing-masing daerah, dengan tetap berada dalam koridor Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Pada era inilah, perencanaan pembangunan dilakukan dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku pembangunan di tingkat bawah (*bottom-up planning*).

Para pelaku pembangunan termasuk di tingkat bawah itu merumuskan kebutuhan pembangunan, sesuai dengan kapasitas dan kondisi problematika daerahnya. Pelibatan mereka, terutama elemen-elemen masyarakat, itu sendiri merupakan konsekuensi dari arah pergerakan demokratisasi yang mengembalikan kekuasaan negara kepada rakyat. Model perencanaan ini dituangkan lebih lanjut dalam Program Dasar Pembangunan Partisipatif (PDPP).

Tujuan dasar pelaksanaan PDPP adalah melakukan penguatan terhadap komponen masyarakat dan pemerintah daerah. Agar mampu dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pembangunan daerah secara partisipatif. Terdapat tiga pilar pelaku pembangunan dalam program ini, yaitu lembaga publik (Pemda), lembaga privat (swasta), dan masyarakat. Sedangkan langkah kegiatannya meliputi pembentukan tim penyusun PDPP, memadukan semua subprogram, proyek, dan

kegiatan pembangunan yang bersifat sektoral, parsial, dan partisipatif secara menyeluruh dan terkoordinasi, pemberdayaan manajemen pembangunan, penyusunan dokumen perencanaan strategis partisipatif jangka menengah, pelebagaan perencanaan partisipatif, serta penguatan dan pemberdayaan masyarakat.

Adapun strategi program PDPP merupakan kerangka dasar dalam penyusunan program kegiatan yang dilaksanakan secara multi-tahunan, yang disusun untuk jangka menengah. Replikasi strategi ini dilaksanakan melalui penyusunan program/kegiatan investasi dan regulasi yang bertumpu kepada kekuatan pembiayaan daerah. Penyusunan PDPP seperti yang telah dikembangkan, ini bisa menjadi inspirasi bagi daerah-daerah lain, betapa pentingnya melibatkan masyarakat dalam penyusunan perencanaan pembangunan berdasarkan skala prioritas tertentu. Sebab penetapan prioritas pembangunan bukan milik Pemda, melainkan milik masyarakat. Jika perencanaan dilakukan sendiri oleh Pemda, apa bedanya Pemda dengan pemerintah pusat di masa orde baru yang sentralistik.

3. Hambatan Program Pemberdayaan Masyarakat

Menurut **Watson dalam Adi (2003: 306)**, ada dua kendala dalam proses Pemberdayaan Masyarakat yaitu:

- 1) *Kepribadian Individu*, mencakup: (a) *kestabilan*, merupakan dorongan internal individu yang berfungsi untuk menstabilkan dorongan dari luar; misal perilaku seseorang yang telah mengikuti pelatihan kepekaan cenderung lebih terbuka dan menerima masukan, tetapi setelah beberapa bulan dorongan tersebut melemah dan dorongan asal kembali muncul sehingga dia tidak peka

lagi; (b) *kebiasaan*, jika tidak ada perubahan situasi yang tidak terduga, maka setiap individu umumnya akan bereaksi sesuai dengan kebiasaannya; misal penduduk yang telah terbiasa menggunakan air apa adanya untuk memasak, akan sulit untuk mengttbab. agar membiasakan menggunakan air bersih unttik memasak; (c) *hal yang utama*, sesuatu yang berhasil mendatangkan hasil yang memuaskan; jika tindakan yang dilakukan seseorang mendatangkan hasil yang memuaskan, maka ia cenderung mengulanginya pada saat yang lain. Misal seseorang yang telah cocok menggunakan pupuk kimia untuk meningkatkan produksi padi, maka ia akan menolak untuk menggunakan pupuk organik, padahal pupuk kimia merusak struktur tanah; (d) *seleksi ingatan dan persepsi* atau *stereotif*, jika sikap seseorang, terhadap obyek sikap telah terbentuk, maka tindakan yang dilakukannya pada saat berikutnya akan disesuaikan dengan obyek sikap yang ia jumpai; misal jika seseorang merasa antipati terhadap salah satu pembina (fasilitator) hanya karena dia berasal dari suku tertentu (berdasarkan stereotif yang ia kembangkan) .padahal dia merupakan fasilitator terbaik; (e) *ketergantungan*, jika dalam suatu kelompok masyarakat terlalu banyak orang yang mempunyai ketergantungan kepada orang lain, maka proses pemandirian akan menjadi sulit dan lebih lama; (f) *superego*, jika superego terlalu kuat cenderung membuat seseorang tidak mau menerima pembaruan dan kadangkala menganggap pembaruan sebagai suatu hal yang tabu; (g) *tidak percaya diri*, merupakan konsekuensi dari ketergantungan dan superego yang terlalu kuat, sehingga ia merasa perlu menghindari dorongan yang datang dari dirinya sendiri dengan menyatakan, rasanya apa yang saya inginkan ini bukan

merupakan hal yang patut untuk dilakukan *rasa tidak aman*, kecenderungan untuk mencari rasa aman yang ia peroleh di masa lalu (bernostalgia untuk mencari masa bahagia yang dulu pernah dia alami pada masa kanak-kanak). Meskipun mereka cenderung selalu merasa kecewa dengan keadaan saat ini, mereka merasa bahwa perubahan yang akan terjadi justru akan dapat meningkatkan kecemasan dan ketakutan mereka

- 2) *Sistim Sosial*, meliputi: (i) *kesepakatan terhadap norma tertentu*, norma sebagai aluran tidak tertulis mengikat sebagian besar anggota masyarakat pada komunitas tertentu. Misal ada norma suatu masyarakat tertentu yang menempatkan menerima sumbangan hajatan sebagai suatu arisan, yang akan dicatat dan harus dikembalikannya kelak. Meskipun besarnya pengeluaran untuk sumbangan hajatan per bulan telah sangat meresahkan masyarakat dan besarnya jauh melebihi biaya untuk makan, kesehatan dan pendidikan anak, tetapi tetap saja sangat sulit atau tidak bisa diubah; (ii) *kelompok kepentingan*, adanya kelompok kepentingan yang mempunyai tujuan berbeda dengan tujuan pemberdayaan masyarakat, misal beberapa kelompok usaha mempunyai kepentingan tertentu sehingga tetap berlangsungnya kantong-kantong kemiskinan, dengan harapan agar bisa memberikan upah kerja yang murah; (iii) *kesatuan dan kepaduan sistim dan budaya*, bahwa perubahan yang dilakukan pada suatu kawasan tertentu akan dapat mempengaruhi kawasan yang lain, misal perubahan sistim pencaharian sistim ladang berpindah menjadi sistim bertani menetap, menimbulkan dampak pada beberapa kebiasaan seperti pola mengasuh anak, bermasyarakat dan membersihkan diri, (iv) *hal yang bersifat sakral*, ketika suatu teknologi atau program inovatif

yang akan dikembangkan ternyata membentur nilai-nilai keagamaan atau nilai-nilai yang dianggap sakral. Misal ketika terjadi isu mengenai isu lemak babi yang digunakan untuk bahan campuran beberapa produk makanan dan kosmetik, maka tentanganpun muncul dari berbagai pihak terutama umat Islam, (v) *penolakan terhadap orang luar*, bahwa manusia mempunyai sifat yang universal salah satunya adalah ia mempunyai rasa curiga dan rasa terganggu terhadap orang asing; oleh karena itu seorang pendamping harus mempunyai keterampilan berkomunikasi yang, baik agar ia tidak menjadi orang luar dalam masyarakat tersebut (Adi, 2003:306-321).

Dari sekian hambatan yang tergolong dalam dua kelompok hambatan (kepribadian individu dan sistem sosial), selanjutnya Watson, dalam Adi (2003: 324) memberikan rekomendasi dengan membaginya ke dalam tiga pertanyaan:

- a. Siapa yang melakukan perubahan? Dalam hal ini, program akan berhasil jika perubahan yang mereka lakukan tidak dirasakan dilakukan oleh orang luar dan program mendapat dukungan masyarakat luas dan para pimpinan;
- b. Bentuk perubahan seperti apa yang akan dilakukan? Program akan berhasil jika pemanfaat akan melihat bahwa perubahan yang dilakukan dapat mengurangi beban yang mereka rasakan, program sesuai atau tidak bertentangan dengan norma dan nilai dalam masyarakat, program dapat menampilkan hal baru yang menarik minat warga, bahwa otonomi dan keamanan mereka tidak terancam;
- c. Bagaimana prosedur untuk melakukan perubahan tersebut? Program akan berhasil jika warga atau pemanfaat dilibatkan dalam proses diagnosa masalah, dikembangkan berdasarkan diskusi dan kesepakatan

masyarakat, dapat meyakinkan kelompok yang menentang, masyarakat memberikan umpan balik dan klarifikasi, masyarakat mempercayai, menerima dengan senang hati serta mendukung relasi yang telah berkembang, dan memberikan kesempatan dan terbuka diperbaiki dan dikaji ulang.

Analisis yang lain melihatnya dari sisi yang lebih luas dan komprehensif, seperti Gray dan Cox dalam Adi (2003: 325-332) menyebutkan bahwa akar masalah yang menghambat pembangunan sosial pada umumnya, intensitas komunitas atau pemberdayaan masyarakat khususnya yaitu:

1). Dimensi Makro: kesenjangan pembangunan desa dan kota

Pemusatan pembangunan di kota-kota besar membuat kota-kota besar semakin menjulang dan daerah pedesaan menjadi terpinggirkan. Keadaan seperti ini menyebabkan *human capital* yang potensial dari pedesaan yang seharusnya difokuskan untuk membangun pedesaan justru mengalir ke kota-kota besar, dimana mereka setagian Tsesar belum dapat berkompetisi dengan angartan kerja yang mendapat pendidikan di kota tersebut. Ini menyebabkan mereka seringkali belum dapat memasuki alur utama dunia pekerjaan, sehingga tenaga kerja dari pedesaan yang belum mempunyai keterampilan yang sesuai dengan tuntutan lapangan kerja, lebih sering masuk ke sektor informal atau terlempar ke jalaa Bagi pedagang asongan (di berbagai persimpangan jalan, dalam bus dan kereta) misalnya, pekerjaannya tersebut lebih dianggap sebagai pemecahan masalah dari berbagai kondisi yang menghimpit dirinya.

Kesenjangan pembangunan kota dan desa (bukan hanya terlihat dari pembangunan fisik dan ekonomi saja, tetapi juga pembangunan sosial), dan akan mendorong tumbuhnya kemiskinan, yang muncul dan mempunyai cabang-cabang

hingga ke masalah pekerjaan sosial, seperti anak jalanan, anak terlantar, perdagangan anak dan wanita, serta berbondong-bondongnya jutaan TKI dan TKW meneari kerja ke luar negeri (padahal tanpa jaminan keamanan yang memadai). Kondisi demikian telah menciptakan terjadinya proses kemiskinan struktural, dimana stroktur yang ada telah membuat masyarakat makin tersegregasi antara mereka yang berada di pusat area yang mempunyai akses Iebih besar untuk mendapatkan "kue pembangunan" dan mereka yang berada di lingkaran luar yang sulit untuk mengakses kue pembangunan tersebut.

2). Dimensi Mikro: Mentalitas meterialistik dan ingin serba cepat (*instan*)

Perkembangan mentalitas ini pada auk tertentu dan pada sisi oegatif akhimya akan memunculkan mentalitas korup. Mentalitas korup ini bahkan kini telah menjadi bagian kehidupan keseharian bangsa ini. Hal yang makin memperumit masalah adalah sudah terlatihnya para pelaku, sehingga serumuit apapun sistim pengawasan yang dikembangkan akan selahi ada celah untuk melakukan korupsi. Masalah lain ^^ yang tercipta dari mentalitas ini adalah lemahnya sumberdaya manusia dan etos kerja masyarakat tertentu.

Keinginan untuk mengembangkan budaya kerja dan kemampuan yang, lebih baik masih terbatas pada keinginan saja dan belum pada tingkatan upaya merealisasikan secara serius dan konsisten. Karena bagj mereka bekerja adalah suatu beban tersendiri dan pendidikan adalah. sesuatu yang merepotkan, sehmgga mereka lebih memfokuskan pendidikan yang instan pula Akibatnya membuat investasi di bidang pendidikan kurang diperhatikan.

3). Dimensi Mezzo: Melemahnya *Social Trust* dalam Komunitas dan Organisasi

Pembangunan sulit berjalan dengan hasil optimal jika tidak ada trust antar pelaku pembangunan itu sendiri. Sosiai trust tidak hanya berada pada dimensi pertikal (antara masyarakat dan pemerintah), tetapi juga harus ada pada dimensi horizontal (misal antar suku yang ada dalam satu komunitas). Melemahnya sosiai trust pada akhirnya akan melemahkan integritas sosiai pada komunitas, baik pada komunitas lokal, regional maupun nasional. Eialam suatu organisasi melemahnya trust antara lain muncul karena adanya tenaga-tenaga yang dianggap tidak berkompeten tetapi muncul menempati posisi tertentu.

Menurut **Sumodiningrat (2007: 87)**, melemahnya trust dalam komunitas dapat membuat masyarakat bertindak anarkhis, misalnya melemahnya kepercayaan terhadap penegakan hukum, telah membuat masyarakat main hakim sendiri dan membakar pelaku kejahatan (seperti seorang kakek di Grobogan - Jawa Tengah yang mencuri gabah satu karung meninggal dipukuli massa).

References

- Afzaal H. Seyal, Mian Mohammad Awais, Shafay Shamail And Andleeb Abbas (2004), “*Determinants of Electronic Commerce in Pakistan: Preliminary Evidence from Small and Medium Enterprises*”, *Electronic Markets* Vol. 14 No 4.
- Appelbaum, E., T. Bailey, P. Berg, A. Kallegert, 2000. *Manufacturing advantage: high-performance work systems pay off*, Ithaca, NY: ILR Press.
- Armstrong, M., 2001. *Strategic Human Resource Management: A Guide To Action..*
- Baharudin dan Harapan L. Tobing, 2003. *Analisis Multivariate dengan SEM*, Bandung.
- Boxall, Peter dan Keith Macky, 2009. “Research and theory on high-performance work systems: progressing the high involvement stream,” *Human Resource Management Journal*, Vol. 19 No. 1.
- Bagas Prakoso (2005), “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)”, *Jurnal Stud! ManaJemen & Organleael* Vol. 2 No. 1 Amuse 2005.
- Bismar Nasution. 2004. *Mengkaji Ulang Hukum Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*. Digitized by USU digital library.
- Beck, T., Demircuc-Kunt, A., Levine, R., 2005a. *SMEs, growth, and poverty: Cross-country evidence*. *Journal of Economic Growth* 10, 197–227.
- Carree, M. & Thurik, A.R. 2003. *The impact of entrepreneurship on economic growth*. In Z.J. Acs and D. Audretsch (eds), *Handbook of Entrepreneurship Research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 437–471). New York: Springer.
- Cantillon, R. (1755), “*Essai sur la Nature du Commerce in Ge’ne’ral*”, Institutnational d’e’tudes de’mographiques, Paris.
- Christian N. Madu, Jiju Antony and Maneesh Kumar, (2005) “*Six sigma in small-and medium-sized UK manufacturing enterprises Some empirical*

- observations*”, International Journal of Quality & Reliability Management Vol. 22 No. 8, 2005 pp. 860-874
- Devi R. Gnyawali and Byung-Jin (Robert) Park, (2009), “*Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model*” Journal of Small Business Management 2009 47(3), pp. 308–330.
- Dizgah , M.R., Sh Gilaninia, H.R. Alipour, A. Asgari , 2011. High Performance Human Resource and Corporate Entrepreneurship: the Mediating Role of Organizations Citizenship Behavior and Procedure Justice, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5 Number 3: pp. 492-499.
- Flood, Patric C, Jim Gutrie, Wen Chuan Liu, Cathal O'Regan, Claire Armstrong, Sarah MacCurtain, and Thaddeus Mkamwa, 2008. *Partnership, High Performance Work Systems and Organizational Effectiveness*, The Learning, Innovation and Knowledge Research Center, , DCU Business School, Dublin City University: Dublin, Ireland.
- Gusti dan Djumilah (2014), “*Pengaruh Pembelajaran Organisasional, Orientasi Pasar dan Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang Raya*”, Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 12 Nomor 1 Maret 2014.
- Gilles Saint-Paul. 1992. *Technological Choice, Financial Markets and Economic Development*”, European Economic Review 34 (1992) 763-781. North
- Husband, S. and Purnendu, M. (1999), "A Conceptual Model for Quality Integrated Management in Small and Medium Size Enterprise", *international Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 16 No.7, pp. 699-713.
- Heledd Jenkins (2009), “A ‘business opportunity’ model of corporate social responsibility for small- and medium-sized enterprises”, Journal compilation r 2009 Blackwell Publishing Ltd., 9600 Garsington Road, Oxford, OX4 2DQ, UK and 350 Main St, Malden, MA 02148, USA, Business Ethics: A European Review Volume 18 Number 1 January 2009.
- Julia M. Armario, David M. Ruiz, and Enrique M. Armario (2008), “*Market Orientation and Internationalization in Small and Medium-Sized*

- Enterprises*”, *Journal of Small Business Management* 2008 46 (4), pp. 485–511.
- Joshua Abor and Charles K.D. Adjasi, (2007) “*Corporate governance and the small and medium enterprises sector: theory and implications*”, VOL. 7 NO. 2 2007, pp. 111-122, *Q Emerald Group Publishing Limited*, ISSN 1472-0701.
- JoAnn C. Carland dan James W. Carland. 2004. *Economic Development: Changing the Policy to Support Entrepreneurship*, *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 10, Number 2, 2004.
- Kane, Robert and Susan, Stanton, (1997), “*Human Resources Planning*”, *Asia Pacific Human Resources Journal*, Bangkok, 1997.
- Kirzner, I. (1973). “*The Entrepreneur*”, *Competition and Entrepreneurship*. Chicago:University of Chicago Press, Chapter 2, pp. 30-87.
- Lin, C. y. (1998), "Success Factors of Small-andMedium-Sized Entreprises in Taiwan : An Analysis of Cases", *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, No,4, pp. 43-65.
- Pierre Berthon, Michael T. Ewing, and Julie Napoli (2008), “*Brand Management in Small to Medium-SizedEnterprises*”, *Journal of Small Business Management* 2008 46(1), pp. 27–45
- Priyanto, Sony Heru, (2002), “*Pengembangan Kewirausahaan dan KapasitasManajemen pada UMKM Pertanian*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dian Ekonomi*. Vol. III No. 3, 401-427.
- Praag, C., Van, M. & Versloot, P.H. 2007. *What is the value of entrepreneurship? A reviewof recent research*. Jena: Jena Economic Research Papers.
- Paul Romer. 1993. *Idea gaps and object gaps in economic development*”, *Journal of Monetary Economics* 32 (1993) 543-573. North-Holland.
- Robert E. Lucas, Jr. 1988. *On the Mechanics of Economic Development*”, *Journal of Monetary Economics* 22 (1988) 3-42. North-Holland.
- Snodgrass, D., Biggs, T., 1996. *Industrialization and the small firm*. International Center for Economic Growth, San Francisco.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan. Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat.

- Schumpeter, Joseph A. (1934), *"In theory of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and The Business Cycle"*, Oxford University Press, New York.
- Thorvaldur Gylfason. 2001. *Natural resources, education, and economic development*", European Economic Review (2001).
- Tim Edwards, Rick Delbridge dan Max Munday (2005), "Understanding innovation in small and medium-sized enterprises: a process manifest", *Technovation* 25 (2005) 1119–1127.
- Usmara, A. 2002. *Paradigma Baru : Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan keempat. Yogyakarta : Amara Books.
- Zimmerer Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta : Prenhallindo.
- Zoltan J. Acs, Randall Morck, J. Myles Shaver, Bernard Yeung, (1997), "The Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises: A Policy Perspective", *Small Business Economics* 9: 7–20, 1997.
- Yogyakarta Organ, D.W., Podsakoff, P.M., & Mackenzie, S.B. 2006. Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Paine, J.B., & Bachrach, D.G., 2000. Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.

Daftar Pustaka

<http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2010/12/30/catatan-perekonomian-indonesia-2010-328697.html>

<http://emilyaumil.blogspot.com/2014/06/pertumbuhan-perekonomian-indonesia-pada.html>

<http://tadeussupandiretok.blogspot.com/2013/03/makalah-perekonomian-indonesia.html>

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/05/1221161/tahun.2013.ekonomi.indonesia.hanya.5.78.persen>

Adam Smith dalam Alamsyah (2010:3). *Strategi Penguatan Good Governance dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal di Era Otonomi Daerah*, Jurnal DINAMIKA Vol. 3, No. 6, Desember 2010.

Andi Jayanti, (2012:1). *Perlakuan Akuntansi Kredit Bermasalah (Nonperforming Loan) Kesesuaiannya Sebelum Dan Sesudah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 31 Efektif Dicabut Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.* SKRIPSI, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar 2012.

Hasibuan dalam Eva Kris (2009:30). *Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Intervening*, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang 2009.

Handoko dalam Anwar dan Suroto. *Pengaruh Faktor Pengawasan Melekat, Kompensasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Petugas Kebersihan*

Di Kabupaten Karanganyar Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderating, STIE AUB Surakarta.

Rebernik and Barbara dalam Salamah, Idrus dan Mintarti. *Outsourcing Sumberdaya Manusia: Tinjauan dari Perspektif Vendor dan Karyawan*, Universitas Brawijaya.

Veithzal Rivai dan Ahmad Fawzi Mohd Basri dalam A. Tolkah Mansur (2009:25). *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Rotasi Pekerjaan Terhadap Motivasi Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai Ditjen Pajak*, Tesis, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang 2009.

Muhammad Nur 2010:146. *Pengaruh Beberapa Faktor Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan*, Jurnal Economic Resources, ISSN. 0852-1158, Vol.11 No.31, Juni 2010

Robbins dalam Frans Farlen (2011:12). *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, SKRIPSI, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional“Veteran” Yogyakarta 2011.

Sastraatmadja dalam Setyo Tri Wahyudi, 2008:24. *Penguatan Sektor-Subsektor Ekonomi Dalam Upaya Peningkatan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Fakultas Ekonomi Brawijaya. Journal of Indonesian Applied Economics Vol. 2 No. 1 Mei 2008.

Rivai dalam Adhian Nugraha, 2010:15. *Analisis Pengaruh Ketidakamanan Kerja Dan Kepuasan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan*. SKRIPSI, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2010.

Refaat Zharfan, 2012:1. *Optimalisasi Skema Bagi Hasil Sebagai Solusi Permasalahan Principal-Agent Dalam Pembiayaan Mudharabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Cabang Makassar*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar 2012.

As'ad dalam Anwar hamdani dan Suroto. *Pengaruh Faktor Pengawasan Melekat, Kompensasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Petugas Kebersihan Di Kabupaten Karanganyar Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderating*, STIE AUB Surakarta.

Sarwoto dalam Anwar Prabu (2005:5). *Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional Kabupaten Muara Enim*, Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol. 3 No 6 Desember 2005.