

PERMASALAHAN UMKM: STRATEGI DAN KEBIJAKAN

FAHIMUL AMRI

ABSTRACT

Micro, small and medium businesses (UMKM) in indonesia have role strategic for national economy. Micro, small and medium businesses to give contribution for gross domestic product, income for lagerly of the population, and create of employment for people. Behind the big role of them, micro, small and medium businesses still faced the problems. Those problems are the lack of qualified human resources, the investment climate and business climate are not good, less guidance and less coaching, low technology, few capital resource, traditional management, infrastructure insufficiency, difficult for obtain raw materials, difficult for business permission, difficult for marketing product, and other problems. From those various problems causes the productivity down, and low of competitiveness. To solve those problems, need of appropriate strategy and policy, comprehensive, and going concern in order to role micro, small and medium businesses give contribution for increasing national economy.

Keywords: UMKM, problems, strategy and policy

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara dengan sumber daya alam yang sangat melimpah, akan tetapi dengan sumber daya yang melimpah ini belum mampu meningkatkan kemajuan perekonomian nasional dan khususnya mengangkat taraf hidup masyarakat secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan penduduknya yang rata-rata masih rendah, tingkat kemiskinan penduduknya yang masih tinggi, kesempatan kerja yang tidak memadai, dan pengangguran masih tinggi, serta masih banyak masalah lain yang masih mengiringi perjalanan bangsa dalam menuju kemakmuran ekonomi. Untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat diperlukan perbaikan dalam berbagai sektor, terutama yang secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sektor tersebut adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia

Alamat Korespondensia:

Fahimul Amri, Dosen Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI JOMBANG

Email: Fahimul.amri@gmail.com

mempunyai peranan yang strategis dalam rangka meningkatkan perekonomian negara. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor ini, kontribusi yang tinggi bagi pembentukan produk domestik bruto (PDB) perekonomian nasional, dan turut membantu dalam mengurangi pengangguran masyarakat. Dan sektor ini sudah terbukti ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi yang melanda perekonomian Indonesia di saat perusahaan besar banyak yang mengalami kebangkrutan. Kuncoro (2009) menjelaskan bahwa banyaknya orang yang bekerja di UMKM menunjukkan besarnya peranan UMKM dalam membantu mengatasi masalah pengangguran. Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian Latifi (2012) yang menunjukkan bahwa industri mikro dan menengah memberikan berkontribusi bagi pertumbuhan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Selain di Indonesia keberadaan UMKM juga terbukti mampu membantu perekonomian di beberapa negara di Asia seperti di Cina, Thailand, dan Korea Selatan. Siriwan et al (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tahun 2011 UKM menyumbang 36,6 persen dari total PDB di Thailand. Selain itu Jutla et al dalam Siriwan et al (2013) mengungkapkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan tulang punggung bagi pertumbuhan ekonomi di semua negara karena mampu menyumbang 80 persen dari pertumbuhan ekonomi global, dan UKM juga mampu memberikan kontribusi yang besar dari pertumbuhan ekspor manufaktur di Asia Timur (56 persen di Taiwan dan lebih dari 40 persen di Cina serta Republik Korea Selatan).

Disamping sebagai roda penggerak dalam mengatasi pengangguran dan membuka lapangan pekerjaan, lebih dari itu bahwa sektor ini telah terbukti mampu bertahan ditengah badai krisis ekonomi yang menerpa beberapa negara di dunia jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Basri (2002) mengungkapkan bahwa UMKM mampu bertahan karena: 1) menghasilkan barang konsumsi khususnya tidak tahan lama kelompok barang ini dicirikan oleh permintaan terhadap perubahan pendapatan yang relatif rendah; 2) mayoritas usaha kecil lebih mengandalkan pada non *banking financing* dalam aspek pendanaannya; 3) usaha kecil pada umumnya melakukan spesialisasi produk yang ketat dalam artian memproduksi barang tertentu; 4) terbentuknya UMKM sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Namun di balik besarnya peranan UMKM tersebut, selama ini UMKM masih mempunyai permasalahan yang belum sepenuhnya terpecahkan. Permasalahan tersebut diantaranya berupa kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, kurangnya bimbingan dan pembinaan dari pihak terkait, teknologi yang rendah, sumber daya modal yang kurang, manajemen yang masih tradisional, infrastruktur yang belum memadai, sulitnya memperoleh bahan baku, sulitnya memperoleh ijin usaha atau badan hukum, sulitnya memasarkan produk yang dihasilkan, dan masalah lainnya. Sehingga dari berbagai permasalahan tersebut memberikan pengaruh bagi keberadaan UMKM. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Yustika (2005) bahwa UMKM selalu terjebak dalam problem keterbatasan modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen, dan teknologi. Hafsa dalam Yustika (2005) dan Koncoro (2009) juga mengungkapkan permasalahan dasar yang dihadapi UMKM diantaranya adalah kurangnya pembinaan, kelemahan di bidang organisasi, bimbingan manajemen yang kurang maksimal, dan kualitas sumber daya manusia yang belum baik.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut tidak dapat diabaikan begitu saja, mengingat sumber penghidupan bagi sebagian besar rumah tangga saat ini masih bergantung kepada sektor tersebut. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi serta meningkatkan peranan UMKM diperlukan strategi yang tepat maupun kebijakan yang komprehensif dan berkelanjutan.

Lebih lanjut dalam tulisan ini akan membahas bagaimana memecahkan permasalahan yang selama ini melat di sektor tersebut dengan menggunakan strategi dan kebijakan yang

tepat, komprehensif, dan berkelanjutan, agar sektor tersebut tetap memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional.

PERANAN SEKTOR UMKM

UMKM memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional. Kontribusi UMKM bagi pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM nampak dalam tabel berikut:

Tabel 1: PDB atas dasar harga konstan 2000.

Selain itu UMKM juga sebagai sumber mata pencaharian sebagian besar penduduk Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor ini nampak dalam tabel berikut:

Tabel 2: jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor UMKM

Disamping itu UMKM juga sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya unit usaha UMKM. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, unit usaha sektor ini nampak dalam tabel berikut:

Tabel 3: Jumlah unit usaha UMKM

PERMASALAHAN UMKM

Selama ini UMKM masih mengalami permasalahan yang belum sepenuhnya terpecahkan, sehingga dari berbagai permasalahan tersebut menjadi penghalang bagi pengembangan dan kemajuan UMKM. Hal ini berakibat pada kalah bersaingnya UMKM dengan usaha yang lebih besar, baik kalah bersaing dengan usaha dalam negeri maupun dari luar negeri.

Permasalahan UMKM diungkapkan oleh Yustika (2005) bahwa

UMKM selalu terjebak dalam problem keterbatasan modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen, dan teknologi. Hafsa dalam Yustika (2005) juga mengungkapkan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu permasalahan internal meliputi 1) rendahnya profesionalisme tenaga pengelola UMKM; 2) keterbatasan permodalan dan kurangnya akses terhadap perbankan dan pasar; 3) kemampuan penguasaan teknologi yang masih kurang. Sedangkan permasalahan eksternal yang meliputi 1) iklim usaha yang kurang menguntungkan bagi pengembangan usaha kecil; 2) kebijakan pemerintah yang belum berjalan sebagaimana mestinya; 3) kurangnya dukungan; 4) kurangnya pembinaan, bimbingan manajemen, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Koncoro (2009) bahwa UMKM mempunyai masalah dasar yaitu 1) kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pasar, 2) kelemahan dalam struktur modal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber permodalan, 3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, 4) keterbatasan jaringan usaha kerjasama antara pengusaha kecil, 5) iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, 6) pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Senada dengan pendapat tersebut di atas Wijono (2005) juga mengungkapkan bahwa UMKM masih dihadapkan pada masalah mendasar yang secara garis besar mencakup: 1) masih sulitnya akses UMKM pada pasar atas produk-produk yang dihasilkannya, 2) masih lemahnya

pengembangan dan penguatan usaha, 3) keterbatasan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal khususnya dari perbankan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat diungkapkan bahwa permasalahan yang ada dalam UMKM menyangkut permasalahan yang berupa kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, iklim investasi dan iklim usaha yang kurang kondusif, kurangnya bimbingan dan pembinaan dari pihak terkait, teknologi yang rendah, sumber daya modal yang kurang, manajemen yang masih tradisional, infrastruktur yang tidak memadai, sulitnya memperoleh bahan baku, sulitnya memperoleh ijin usaha atau badan hukum, dan sulitnya memasarkan produk yang dihasilkan. Nampaknya permasalahan yang masih ada dalam UMKM harus segera diatasi dengan berbagai strategi dan kebijakan yang tepat, komprehensif, dan berkelanjutan.

STRATEGI DAN KEBIJAKAN

Strategi dan kebijakan yang tepat, komprehensif, dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan peran UMKM di masa datang dalam perekonomian dan mengatasi permasalahan yang dihadapinya, sehingga dapat memberikan efek yang positif bagi penyerapan tenaga kerja dan pendapatan bagi masyarakat, yang pada akhirnya dalam jangka panjang UMKM mampu menjadi pilar bagi terwujudnya perekonomian Indonesia yang bebas dari pengangguran.

Menurut Warjiyo (2004) bahwa keberhasilan pengembangan UMKM memerlukan penguatan strategi ke depan, diantaranya adalah: 1) Strategi untuk penguatan iklim investasi dan iklim usaha yang kondusif bagi sektor UMKM, 2) Strategi untuk penguatan

kemampuan kewirausahaan dan kegiatan usaha sektor UMKM, 3) Strategi penguatan sektor keuangan khususnya perbankan dalam pembiayaan kepada sektor UMKM, dan 4) Strategi untuk pengembangan berbagai perangkat penunjang (infrastruktur) bagi peningkatan sektor UMKM.

Sedangkan Kuncoro (2009) mengungkapkan bahwa dua langkah strategis yang bisa diusulkan untuk pengembangan sektor UKM, yaitu *demand pull strategy* dan *supply push strategy*. *Demand pull strategy* mencakup strategi perkuatan sisi permintaan, yang bisa dilakukan dengan perbaikan iklim bisnis, fasilitasi mendapatkan HAKI (paten), fasilitasi pemasaran domestik dan luar negeri, dan menyediakan peluang pasar. Langkah strategis lainnya adalah *supply push strategy* yang mencakup strategi pendorong sisi penawaran. Ini bisa dilakukan dengan ketersediaan bahan baku, dukungan permodalan, bantuan teknologi/mesin/alat, dan peningkatan kemampuan SDM.

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2005, yang mencanangkan pendekatan utama untuk melaksanakan pembangunan UMKM di Indonesia yaitu 1) strategi pengembangan lingkungan usaha yang kondusif, 2) strategi peningkatan akses UMKM ke sumberdaya produktif, 3) strategi pengembangan kewirausahaan dan daya saing UMKM, dan 4) strategi peningkatan sinergi dan partisipasi masyarakat.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan: 1) strategi penguatan iklim investasi dan iklim usaha yang kondusif, 2) strategi penguatan kemampuan wirausahawan, 3) strategi penguatan

sektor keuangan untuk pembiayaan, 4) strategi kemudahan dalam pemberian perizinan, badan hukum, dan hak paten (HAKI/hak atas kekayaan intelektual), 5) strategi pemberian fasilitas pemasaran, 6) strategi dalam penyediaan bahan baku, 7) strategi pemberian pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan, dan 8) strategi pengembangan infrastruktur.

1. Strategi Penguatan Iklim Investasi dan Iklim Usaha yang Kondusif

Strategi penguatan iklim investasi dan iklim usaha yang kondusif bagi sektor UMKM sangat diperlukan. Strategi ini dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Dalam pelaksanaan strategi ini di perlukan penguatan komitmen dan kebijakan yang menyeluruh serta jelas dari pemerintah untuk pengembangan sektor UMKM ke depan. Iklim investasi yang baik akan mendorong investor atau pengusaha mau menginvestasikan dananya bagi pengembangan UMKM. Demikian pula dengan iklim usaha yang baik akan mendorong pengusaha untuk lebih termotivasi dalam berinovasi terhadap produk yang dihasilkan sehingga dapat menambah daya saing di pasar bagi produk yang dihasilkan.

Strategi dalam mengembangkan iklim investasi dapat diwujudkan dalam bentuk pemberian insentif pajak, standar upah yang relatif rendah maupun insentif lainnya. Sedangkan strategi pengembangan iklim usaha yang baik dengan menciptakan regulasi yang mendukung bagi ekspansi UMKM.

Strategi ini memerlukan kebijakan dalam hal peraturan perundang-undangan dan berbagai kebijakan pelaksanaannya yang memungkinkan UMKM bersaing secara sehat dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu di

perlu koordinasi yang baik antar komponen atau instansi terkait yang ada dalam jajaran pemerintah. Kebijakan pendukung bagi iklim investasi dan iklim usaha di luar kebijakan ekonomi juga harus selalu di tekankan, tanpa dukungan keamanan dan kondisi politik yang kondusif akan sulit bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Kondisi keamanan dan politik yang kondusif memungkinkan bagi pengusaha untuk lebih intensif dan ekspansif dalam mengembangkan usahanya.

2. Strategi Penguatan Kemampuan Wirausahawan

Strategi penguatan kemampuan pengusaha atau wirausahawan sangat penting bagi pengembangan UMKM dan meningkatkan daya saing usahanya. Wirausahawan merupakan faktor produksi terpenting untuk meningkatkan daya saing UMKM dan daya saing ekonomi nasional secara umum. Tanpa wirausahawan yang tangguh dan mempunyai kemampuan, sulit untuk mewujudkan UMKM yang kompetitif. Penguatan kemampuan wirausahawan dapat difokuskan dalam hal manajemen, inovasi produk, pemasaran, maupun dalam hal investasi. Dengan strategi ini harapannya sumber daya manusia di UMKM dapat semakin meningkat.

Penguatan kemampuan wirausahawan dapat dilakukan dengan melalui berbagai cara, salah satunya memberikan pelatihan-pelatihan, baik pelatihan yang berkaitan dengan manajemen, pemasaran, maupun dalam hal inovasi produk. Pelatihan akan membekali wirausahawan dengan berbagai keterampilan dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi usahanya. Pelatihan dalam hal manajemen dapat dikaitkan dengan bagaimana mengelola usaha dengan baik, bagaimana membuat perencanaan

usaha, dan hal-hal lainnya berkaitan dengan manajemen. Pelatihan dalam hal pemasaran dapat dikaitkan dengan bagaimana memasarkan produk, dalam hal ini sekarang trend pemasaran melalui internet (web, media sosial), maka perlu pelatihan pemasaran melalui internet.

Selama ini kegiatan pelatihan yang dilakukan secara berkala masih jarang dilakukan atau bahkan sudah banyak namun wirausahawan mempunyai keterbatasan informasi tentang kegiatan tersebut. Dan bahkan banyak wirausahawan yang sudah mengetahui akan tetapi tidak bersedia untuk mengikuti karena terkendala dengan biaya. Semakin tinggi biaya untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan, maka akan semakin sedikit wirausahawan yang akan berpartisipasi, dan sebaliknya. Sebagian besar pengusaha terutama pengusaha mikro dan kecil mempunyai pertimbangan yang sangat dalam untuk berperan serta dalam kegiatan pelatihan, yang sering terjadi pengusaha mikro dan kecil akan mengatakan lebih baik dana yang digunakan untuk pelatihan digunakan untuk membiayai kegiatan produksi. Jelas keadaan ini akan memberikan efek yang kurang baik dalam upaya memperkuat kemampuan wirausahawan dalam upaya memajukan dan meningkatkan daya saing usahanya.

Selain itu untuk meningkatkan kemampuan wirausahawan dapat dilakukan melalui sekolah lapang bagi para pengusaha. Sekolah lapang dapat dilakukan secara berkala maupun rutin, karena sekolah lapang akan meningkatkan pengetahuan teknik dan keterampilan tentang manajemen, keuangan, produksi, pemasaran, dan lain-lain bagi pengusaha. Disisi lain sekolah lapang akan sangat membantu

pengusaha untuk dapat mengembangkan produk yang dihasilkan melalui proses *sharing* antar pengusaha.

Berkaitan dengan hal tersebut, disinilah peran pemerintah untuk membuat kebijakan. Kebijakan dalam penyelenggaraan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas terkait yang ada di Pemerintahan Daerah sangat penting, guna mendukung pengembangan UMKM. Kebijakan penyelenggaraan pelatihan yang gratis tanpa biaya bagi wirausahawan UMKM perlu dilakukan, karena sebagian besar pengusaha mikro dan kecil mempunyai banyak pertimbangan untuk mengeluarkan biaya diluar biaya produksi. Selain itu penyediaan balai pelatihan UMKM harus disediakan oleh pemerintah pusat ke masing-masing daerah, karena selama ini balai latihan tersebut hanya ada di kota-kota tertentu. jelas keadaan ini kurang menciptakan efisiensi dan efektifitas pelaksanaan pelatihan.

Selanjutnya pemerintah daerah maupun UMKM sendiri juga perlu menggandeng pihak lain dalam pelaksanaan pelatihan, baik kerjasama dengan perguruan tinggi maupun dengan perusahaan besar. Bentuk kerjasama bisa dalam bentuk dana, materi pelatihan, maupun hal lain yang berhubungan dengan kegiatan pelatihan kewirausahaan. Kerjasama ini akan sangat membantu pemerintah dalam mengembangkan UMKM, karena selama ini UMKM sangat sedikit yang mempunyai kerjasama dengan pihak-pihak lain.

Kebijakan ini juga perlu didukung oleh pihak-pihak terkait lainnya untuk mengkomunikasikan kepada wirausahawan bahwa betapa pentingnya program peningkatan kemampuan wirausahawan melalui kegiatan pelatihan bagi keberlangsungan

UMKM yang dijalankannya. Dengan adanya penguatan kemampuan wirausahawan akan dapat meningkatkan efisiensi dalam kegiatan usaha, yang pada akhirnya akan menciptakan daya saing UMKM di tingkat nasional maupun internasional.

3. Strategi Penguatan Sektor Keuangan untuk Pembiayaan

Strategi selanjutnya yang perlu di gunakan adalah strategi penguatan sektor keuangan untuk pembiayaan UMKM. Selama ini akses UMKM terhadap sumber permodalan masih sangat rendah. Rendahnya kemampuan untuk mengakses sumber permodalan usaha memberikan berbagai dampak bagi UMKM, diantaranya adalah ketidakmampuan dalam meningkatkan kapasitas usaha sesuai dengan permintaan atau kebutuhan masyarakat, sulitnya melakukan perluasan pangsa pasar, sulitnya melakukan peningkatan mutu dan inovasi produk, dan sulitnya melakukan peningkatan kemampuan sumber daya manusia.

Berkaitan dengan hal tersebut, selama ini masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan mendapatkan akses kredit dari perbankan, hal ini dikarenakan wirausahawan tidak mempunyai kecukupan agunan, dan bahkan wirausahawan mempunyai keterbatasan akses informasi ke perbankan. Selanjutnya dari sisi pengembangan usaha, pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan informasi mengenai pola pembiayaan untuk komoditas tertentu, dan disisi yang lain perbankan juga membutuhkan informasi tentang komoditas yang potensial untuk dapat dibiayai.

Berkaitan dengan hal tersebut, berikut disajikan data tentang perkembangan pembiayaan UMKM.

Tabel 4: Perkembangan Debet Kredit UMKM dan Kredit Perbankan

Tabel 5: Perkembangan Debet Kredit UMKM Menurut Klasifikasi Usaha

Berdasarkan data tersebut nampak bahwa pembiayaan untuk sektor UMKM masih rendah jika dibandingkan dengan pembiayaan untuk sektor usaha besar. Bahkan tahun 2000 kredit yang diberikan kepada usaha besar mencapai 79% sedangkan UMKM hanya mendapat porsi sebesar 21%, dan pada tahun 2004 kredit yang diberikan kepada usaha besar mencapai 83% sedangkan UMKM mendapatkan porsi sebesar 17 %.

Strategi penguatan sektor keuangan untuk pembiayaan UMKM dapat diwujudkan dalam bentuk memperbanyak lembaga keuangan mikro (LKM) agar dapat memberikan pembiayaan kepada UMKM secara intensif. Lembaga keuangan mikro dapat memberikan pembiayaan bagi pengembangan dan peningkatan peran UMKM. Krisnamurthi (2003) mengungkapkan bahwa keuangan mikro pada gilirannya juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap alokasi sumberdaya, promosi pemasaran, dan adopsi teknologi yang lebih baik. Lebih dari pada itu keuangan mikro dapat memberikan kontribusi pada pengembangan sistem keuangan secara menyeluruh melalui integrasi pasar keuangan dan peningkatan jangkauan layanan yang selama ini tidak dapat dilakukan oleh bank konvensional. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Wijono (2005) bahwa keterbatasan akses sumber-sumber pembiayaan yang dihadapi oleh UMKM khususnya pelaku Usaha Kecil dan Mikro (UKM) terutama dari lembaga-lembaga keuangan formal seperti perbankan, menyebabkan mereka bergantung pada sumber-sumber informal.

Pentingnya pengembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) terjadi seiring dengan perkembangan UMKM serta masih banyaknya hambatan UMKM dalam mengakses sumber-sumber pembiayaan dari bank konvensional. Hambatan ini timbul karena bank konvensional pada umumnya memperlakukan UMKM sama dengan Usaha Besar dalam setiap pengajuan pembiayaan, yang antara lain mencakup kecukupan jaminan, kecukupan modal, kemampuan membayar, maupun kelayakan usaha. Padahal hampir sebagian besar pelaku UMKM tidak mampu memenuhi persyaratan tersebut. Disisi yang lain selama ini LKM yang ada masih sangat sedikit dengan jumlah pembiayaan yang diberikan kepada UMKM juga masih kecil.

Untuk mewujudkan strategi ini, diperlukan kebijakan yang tepat berkaitan dengan pengembangan lembaga keuangan yang dapat memberikan pembiayaan pada sektor UMKM. Penetapan kebijakan dalam hal ini adalah memberikan kemudahan bagi masyarakat yang mengajukan izin pendirian lembaga keuangan, dan menetapkan regulasi kemudahan dalam mengajukan pembiayaan usaha bagi UMKM.

4. Strategi Kemudahan dalam Pemberian Perizinan, Badan Hukum, dan Hak Paten (Haki/Hak Atas Kekayaan Intelektual)

Strategi pemberian kemudahan fasilitas untuk memperoleh perizinan, badan hukum, dan hak paten (HAKI/hak atas kekayaan intelektual) perlu diberikan kepada UMKM. Masalah perizinan usaha harus diberikan dalam rangka mendorong dan memberikan rangsangan bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Begitu pula pemberian

kemudahan dalam memperoleh status badan hukum, karena badan hukum akan memberikan pengaruh yang besar bagi keberlangsungan UMKM. UMKM yang telah mempunyai badan hukum akan mempunyai kekuatan hukum untuk melakukan perjanjian, pengajuan kredit dan kegiatan transaksi lain. Selama ini khususnya UMKM banyak yang belum mempunyai status badan hukum usaha, hal ini baik secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh bagi pengembangan usaha UMKM.

Selama ini yang terjadi adalah UMKM merasa kesulitan dalam mengurus perizinan dan badan hukum. Banyak UMKM tidak tahu harus ke mana untuk mengurus dan prosedurnya bagaimana. Jelas hal ini akan dapat menghambat perkembangan UMKM.

Disamping itu pemberian hak atas kekayaan intelektual harus diberikan bagi UMKM yang telah menciptakan sebuah produk yang berbeda atau yang telah mengeluarkan sesuatu yang baru yang belum pernah di temukan atau mengeluarkan inovasi produk yang mempunyai keunikan. Hal ini penting agar para pengusaha kecil mempunyai motivasi untuk selalu mengembangkan hasil produksi usahanya. Dalam jangka panjang hal ini akan meningkatkan daya saing dalam menghadapi tantangan yang penuh dengan persaingan. Sehingga peranan UMKM dalam perekonomian menjadi semakin tinggi dalam mengatasi pengangguran.

Selama ini untuk mendapatkan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) sangat sulit, bahkan untuk mengurusnya harus mengeluarkan biaya yang cukup besar dan membutuhkan waktu yang lama. Berkaitan dengan hal tersebut pihak terkait perlu menetapkan kebijakan yang tepat agar UMKM dapat dengan

mudah untuk mendapatkan hak atas kekayaan intelektual (HAKI).

Kebijakan yang dapat diterapkan berkaitan dengan pemberian perizinan, badan hukum, dan hak paten (haki/hak atas kekayaan intelektual) adalah penetapan perundang-undangan atau peraturan yang memberikan kelonggaran bagi UMKM untuk mengurus perizinan, badan hukum, dan hak paten. Pengurusan perizinan dan badan hukum juga harus dilakukan dalam satu pintu. Selain itu kebijakan yang dapat diterapkan adalah pemberian insentif bagi UMKM, baik insentif dalam bentuk waktu maupun biaya untuk mengurus perizinan, badan hukum, dan hak paten (HAKI).

5. Strategi Pemberian Fasilitas Pemasaran

Strategi pemberian fasilitas pemasaran sangat di perlukan UMKM dalam pengembangan usahanya. Pemberian fasilitas pemasaran dalam bentuk kemudahan fasilitas pemasaran seperti pengangkutan, promosi, dan sarana informasi akan memberikan dampak yang besar bagi penyerapan produk. Selama ini produk yang dihasilkan oleh UMKM belum sepenuhnya terserap atau belum banyak diketahui oleh masyarakat, hal ini disebabkan karena kemampuan UMKM dalam memasarkan produknya masih rendah.

UMKM sebenarnya dapat memanfaatkan internet sebagai sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran melalui internet menjadi *trend* dalam aktivitas kegiatan ekonomi saat ini. Peluang ini harus dapat diambil oleh pengusaha untuk dapat memasarkan produknya baik melalui *web-site*, media sosial (*facebook, twitter, instagram*), *blog* maupun fasilitas lain yang ada di internet. Dengan strategi ini akan memberikan peluang kepada pengusaha untuk dapat mengenalkan

produknya kepada konsumen dari dalam dan luar negeri, sehingga produk yang dihasilkan UMKM dapat terserap oleh konsumen secara maksimal.

Berkaitan dengan hal tersebut diperlukan kebijakan berkaitan dengan pemberian insentif bagi pengusaha dalam penggunaan internet, melalui kerjasama pemerintah dengan pihak penyedia layanan internet.

6. Strategi Penyediaan Bahan Baku

Strategi dalam penyediaan bahan baku bagi proses produksi sangat penting bagi keberlangsungan usaha UMKM. Tanpa persediaan bahan baku yang cukup akan sulit menciptakan kestabilan proses produksi. Strategi ini harus disediakan dengan cara mempermudah untuk memperoleh bahan baku sekaligus menyediakan bahan baku yang murah, baik bahan baku yang berasal dari dalam negeri maupun bahan baku yang didatangkan dari luar negeri. Dengan ketersediaan bahan baku yang murah akan mendorong produktivitas menjadi lebih tinggi, sehingga dalam jangka panjang UMKM mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kebijakan yang dapat diterapkan oleh pihak terkait adalah berkaitan dengan pemberian insentif pajak dalam bentuk pembebasan bea impor untuk bahan baku yang didatangkan dari luar negeri dan penetapan kebijakan pelarangan ekspor untuk bahan baku yang berasal dalam negeri

Selain itu bagi pengusaha yang memproduksi barang-barang tertentu harus mampu menciptakan bahan baku alternatif sebagai bahan pengganti atau pendukung bila bahan baku yang digunakan semakin mahal dan langka. Dalam hal ini diperlukan kebijakan pemerintah untuk dapat melakukan penelitian berkaitan dengan bahan baku alternatif. Kebijakan ini dapat dire-

aliskasikan dalam bentuk kerjasama dengan perguruan tinggi maupun pihak lain.

7. Strategi Pemberian Pendampingan atau Penyuluhan dan Bimbingan

Strategi yang tidak boleh dikesampingkan adalah berkaitan dengan pemberian pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan bagi UMKM. Pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan dapat berupa pendampingan dalam proses produksi, pemasaran dan kegiatan lain yang dilakukan oleh UMKM. Pendampingan dan bimbingan yang diberikan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saingnya.

Selama ini pemberian pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan oleh pihak terkait kepada pelaku UMKM masih sangat rendah jika dibandingkan dengan pemberian pendampingan dan bimbingan kepada petani. Dalam sektor pertanian di tingkat kecamatan masing-masing desa mempunyai tenaga penyuluh pertanian, sehingga berbagai masalah pertanian segera dapat diatasi. Berbeda dengan sektor UMKM, pemberian pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan dilakukan oleh dinas terkait yang berkedudukan di kabupaten. Jelas hal ini akan memperlambat proses pemberian pendampingan atau penyuluhan dan bimbingan kepada UMKM. Akibatnya permasalahan yang ada di UMKM tidak dapat segera untuk diatasi.

Berkaitan dengan hal tersebut, kebijakan yang perlu diterapkan adalah menyediakan tenaga penyuluh bagi UMKM di masing-masing sentra UMKM. Dengan penyediaan tenaga penyuluh di masing-masing sentra UMKM akan memberikan intensitas pemberian pendampingan dan

bimbingan yang lebih banyak. Sehingga berbagai permasalahan dan upaya bimbingan pengetahuan teknik dan keterampilan tentang manajemen, keuangan, produksi, pemasaran dan kegiatan lain yang dilakukan terhadap UMKM segera dapat dilakukan.

8. Strategi Pengembangan Infrastruktur

Strategi selanjutnya adalah strategi pengembangan berbagai perangkat penunjang (infrastruktur) bagi peningkatan sektor UMKM. Strategi ini sangat penting karena sangat besar peranannya dalam pengembangan sektor UMKM yang berbasis mekanisme pasar. Pengembangan UMKM akan berhasil jika sarana infrastruktur yang ada mendukung. Sarana jalan akan memperlancar pendistribusian hasil produksi, sarana telekomunikasi akan memperlancar akses informasi, dan sarana listrik akan mendukung bagi kelancaran produksi.

Kelemahan dalam pengembangan infrastruktur selama ini masih menjadi salah satu kendala. Oleh sebab itu diperlukan kebijakan yang tepat untuk mendukung pengembangan UMKM. Kebijakan pengembangan infrastruktur dapat berbentuk perbaikan berkala sarana dan prasarana transportasi (jalan, pelabuhan, bandara). Kebijakan ini akan memperlancar pendistribusian hasil produksi.

Kebijakan yang lain tentang pengembangan infrastruktur adalah dalam bentuk pengembangan sarana telekomunikasi untuk memperlancar akses informasi berupa pengembangan jaringan internet di tiap-tiap sentra UMKM dengan kapasitas yang tinggi. Selama ini belum ada fasilitas tersebut, sehingga pengembangan pemasaran bagi produk UMKM belum dapat maksimal. Pengembangan fasilitas berupa jaringan internet di sentra UMKM merupakan salah satu

alternatif terbaik untuk mengenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Melalui internet produk yang dihasilkan oleh UMKM dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Selanjutnya berkaitan dengan pengembangan infrastruktur yang juga tidak kalah penting adalah kebijakan dalam hal penyediaan sarana listrik yang memadai. Selama ini yang menjadi keresahan para pengusaha adalah biaya penggunaan sarana listrik yang semakin meningkat. Jelas hal ini akan menambah biaya operasional UMKM. Bagaimanapun UMKM tidak dapat terlepas dengan penggunaan energi listrik, bila tidak ada alternatif energi yang lain sedangkan biaya penggunaan energi listrik yang semakin meningkat, maka bisa dipastikan usaha UMKM tidak akan mempunyai daya saing yang tinggi disebabkan biaya yang juga tinggi pada akhirnya akan membuat UMKM gulung tikar. Dengan sarana listrik yang memadai dan berbiaya rendah akan mendukung bagi kelancaran produksi.

Berbagai strategi dan kebijakan tersebut di atas diperlukan dukungan aktif atau partisipasi aktif dari semua masyarakat, tanpa dukungan dari masyarakat akan sulit mewujudkan UMKM yang tangguh bagi perekonomian nasional. Dengan diterapkannya berbagai strategi dan kebijakan tersebut diharapkan mampu meningkatkan peranan UMKM dalam perekonomian nasional, khususnya dalam mengurangi tingkat pengangguran dan memperbaiki pemerataan pendapatan bagi masyarakat Indonesia.

KESIMPULAN

UMKM mempunyai peranan yang besar bagi perekonomian nasional. Peranan tersebut dalam bentuk

tingginya sumbangan UMKM bagi pembentukan produk domestik bruto (PDB/GDP), penyerapan tenaga kerja, penyedia lapangan kerja, dan kontribusinya yang besar dalam mengurangi pengangguran masyarakat. Namun sampai saat ini UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan. Permasalahan tersebut diantaranya kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, iklim investasi dan iklim usaha yang kurang kondusif, kurangnya bimbingan dan pembinaan dari pihak terkait, teknologi yang rendah, sumber daya modal yang sedikit, manajemen yang masih tradisional, infrastruktur yang tidak memadai, sulitnya memperoleh bahan baku, sulitnya memperoleh ijin usaha atau badan hukum, sulitnya memasarkan produk yang dihasilkan, dan masalah lainnya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan strategi dan kebijakan yang tepat, komprehensif dan berkelanjutan. Strategi dan kebijakan tersebut dapat berbentuk: 1) strategi penguatan iklim investasi dan iklim usaha yang kondusif, 2) strategi penguatan kemampuan wirausahawan, 3) strategi penguatan sektor keuangan untuk pembiayaan, 4) strategi kemudahan dalam pemberian perizinan, badan hukum, dan hak paten (HAKI/hak atas kekayaan intelektual), 5) strategi pemberian fasilitas pemasaran, 6) strategi dalam penyediaan bahan baku, 7) strategi pemberian pendampingan dan bimbingan, dan 8) strategi pengembangan infrastruktur.

DAFTAR RUJUKAN

Basri, Faisal. 2002. *Perekonomian Indonesia, Tantangan dan Harapan Bagi Kebangkitan Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Erlangga

- BI. 2014. *Perkembangan Baki Debet Kredit Usaha Mikro, Usaha Kecil, Dan Usaha Menengah (Umkm) Perbankan*. Diunduh dari http://www.bi.go.id/id/umkm/kredit/data/Contents/Perkembangan%20Kredit%20UMKM%20dan%20MKM%20Desember%202013_BD.pdf tanggal 14 Maret 2014
- Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2005. *Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. makalah disampaikan pada Rapat Kerja Nasional I GARANSI. Grand Hyatt Regency Hotel. 7 Januari 2005 di Surabaya Jawa Timur. diunduh dari http://www.smecca.com/deputi7/file_makalah/peran_ukm.pdf pada tanggal 30 Januari 2010
- Krisnamurthi, Bayu. 2003. *Pengembangan Keuangan Mikro dan Penanggulangan Kemiskinan*. Artikel - Th. II - No. 2 - April 2003. Diunduh dari http://www.economirakyat.org/edisi_14/artikel_6.htm pada tanggal 5 Januari 2010
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Ekonomika Indonesia: Dinamika Lingkungan Bisnis Di Tengah Krisis Global*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta
- Latifi, Somaye. Fathi, Hadi. Seyedi, Mohsen. & Movahedi, Reza. 2012. *The Role Of Micro And Medium Industries In Rural Sustainable Development: Case Of The Villages Around Sanandaj City*. International Journal of Agriculture, 2 (3), 141-148. Diunduh dari <http://search.proquest.com/docview/1433292833?accountid=62692> pada tanggal 2 Desember 2013
- Siriwan, Uthit. Ramabut, Chotika. Thitikalaya, Nutchuda. & Pongwiritthon, Rathanan. 2013. *The Management Of Small And Medium Enterprises To Achieve Competitive Advantages In Northern Thailand*. International Journal of Arts & Sciences, 6 (1), 147-157. Diunduh dari <http://search.proquest.com/docview/1419027272?accountid=62692> pada tanggal 3 Desember 2013
- Warjiyo, Perry. 2004. *Pembiayaan Pembangunan Sektor UMKM: Perkembangan dan Strategi ke Depan*. Infokop Nomor 25 Tahun XX, 2004, hal 29 – 39. Diunduh dari http://www.smecca.com/deputi7/file_Infokop/.../sektor_UMKM.pdf pada tanggal 22 Januari 2010
- Wijono, Wiloejo Wirjo. 2005. *Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional: Upaya Kongkrit memutus Mata Rantai Kemiskinan*. Kajian Ekonomi dan Keuangan. Edisis Khusus November 2005 hal 86-100. Diunduh dari <http://www.fiskal.depkeu.go.id/webbkf/kajian%5Cwiloejo-1.pdf> pada tanggal 26 Januari 2010
- Yustika, Ahmad Erani. 2005. *Perekonomian Indonesia*

*Deskripsi, Preskripsi, dan
Kebijakan.* Malang:

Bayumedia

Tabel 1: PDB atas dasar harga konstan 2000

Indikator (PDB) atas dasar harga konstan 2000	2010 (Rp Milyar)	2011 (Rp Milyar)	2012 (Rp Milyar)
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	1.282.571,8	1.369.326,0	1.451.460,2
Usaha Besar (UB)	935.375,2	1.007.784,0	1.073.660,1

Sumber: diolah dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2010-2012)

Tabel 2: jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor UMKM

Indikator Tenaga Kerja	2010 (orang)	2011 (orang)	2012 (orang)
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	99.401.775	101.722.458	107.657.509
Usaha Besar (UB)	2.839.711	2.891.224	3.150.645

Sumber: diolah dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2010-2012)

Tabel 3: Jumlah unit usaha UMKM

Indikator Unit Usaha	2010 (Unit)	2011 (Unit)	2012 (Unit)
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	53.823.732	55.206.444	56.534.592
Usaha Besar (UB)	4.838	4.952	4.968

Sumber: diolah dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2010 - 2012)

Tabel 4: Perkembangan Debet Kredit UMKM dan Kredit Perbankan

Debet Kredit	2011 (miliar)	2012 (miliar)	2013 (miliar)
Kredit UMKM	479.886,5	552.226,1	640.034,5
Kredit Non UMKM	1.779.975,9	2.226.731,2	2.742.838,8
Jumlah Rekening Kredit UMKM	8.797.888,0	9.078.322	10.139.606
Kredit Perbankan	2.259.862,4	2.778.957,3	3.382.873,4

Sumber: data diolah dari BI (2011 – 2013)

Tabel 5: Perkembangan Debet Kredit UMKM Menurut Klasifikasi Usaha

Debet Kredit	2011 (miliar)	2012 (miliar)	2013 (miliar)
Kredit Usaha Mikro	102.905,0	113.754,0	137.929,8
Kredit Usaha Kecil	150.912,1	169.882,5	193.874,7
Kredit Usaha Menengah	226.069,4	268.589,5	308.230,0
Total UMKM	479.886,5	552.226,1	640.034,5

Sumber: data diolah dari BI (2011 – 2013)