

**STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL dan
MENENGAH (UMKM) DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN dan
PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA**

Oleh:

Prasetio Ariwibowo, S.MB. MM.
Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Email:

Prasetio.ariwibowo@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam mewujudkan kondisi perekonomian secara makro yang maju dan berkualitas di suatu negara khususnya Indonesia diperlukan pembangunan perekonomian mikro di berbagai wilayah secara merata dan stabil. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kondisi pengembangan pasar bagi para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kualitas usaha di Indonesia dan merumuskan rekomendasi penerapan strategi mempertahankan dan peningkatan kualitas UMKM di masa yang akan datang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan dengan menggunakan analisis deskripsi kualitatif dalam mengkaji setiap data dan informasi dari data statistik di Badan Pusat Statistik Republik Indonesia dan Kementerian UMKM dan Koperasi Republik Indonesia tahun 2009-2014. Hipotetik *solution* dari kajian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan pembangunan perekonomian di Indonesia khususnya dalam mengentaskan kemiskinan.

Kebijakan penciptaan iklim usaha yang seluas-luasnya bagi UMKM, memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif, pengembangan bank dalam pemberian kredit dan memberikan akses perbankan seluas-luasnya kepada seluruh pengusaha UMKM, mengembangkan UMKM berkeunggulan kompetitif berbasis IPTEK, mengembangkan UMKM yang berdaya saing internasional, penciptaan lapangan kerja produktif secara mandiri dan program intervensi sosial terutama kelompok rawan pangan dan gizi merupakan solusi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar bebas (MEA, AFTA, ACFTA, WTO, APEC, dll.) dan mendukung program pemerintah dalam menanggulangi kemiskinan dan pembangunan perekonomian yang merata hingga pelosok daerah di Indonesia.

Kata Kunci: UMKM, Pembangunan perekonomian, Kemiskinan, *Strategy*

A. LATAR BELAKANG

Dalam mewujudkan kondisi perekonomian secara makro yang maju dan berkualitas di suatu negara khususnya Indonesia diperlukan pembangunan perekonomian mikro di berbagai wilayah secara merata dan stabil. Oleh karena itu untuk mewujudkan pemerataan yang efektif diperlukan komponen perubahan

struktural untuk menjawab ketimpangan yang selama ini menjadi masalah besar. Wujud dari ketimpangan itu sendiri dapat dilihat berbagai segi, namun pelajaran yang diperoleh dari perekonomian kita adalah krisis yang kembali kita alami dewasa ini justru menjadi beban tanggung jawab di tangan ekonomi rakyat. Usaha kecil di Indonesia mempunyai cakupan yang luas meliputi seluruh sektor kegiatan ekonomi, sementara yang lazim kita jumpai di negara lain hanya membatasi pada industri kecil dan sebagian lagi memasukkan kegiatan jasa terutama kegiatan perdagangan eceran (usaha dagang kecil).

Kemiskinan menjadi momok dalam masyarakat. Berbagai upaya dilakukan untuk mengentaskan kemiskinan, tetapi angka kemiskinan tidak turun secara signifikan. Jumlah penduduk miskin pada tahun 2015 diprediksi mencapai 30,25 juta orang atau sekitar 12,25 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Jika berdasarkan data BPS, jumlah penduduk miskin pada tahun 2014, persentase penduduk miskin di Indonesia mencapai 11,25 persen atau 28,28 juta jiwa, maka pada 2015 ada tambahan penduduk miskin sekitar 1,9 juta jiwa. Kenaikan jumlah penduduk miskin ini disebabkan beberapa faktor, termasuk kenaikan harga BBM, inflasi, dan pelemahan dolar. Presiden Direktur Dompot Dhuafa Ahmad Juwaini mengatakan, berdasarkan kajian, kolaborasi ketiga faktor tersebut bisa menambah angka kemiskinan sebesar satu persen. (www.republika.co.id on Friday, 2th Januari 2015).

Oleh karena itu menarik perhatian penulis untuk menelaah lebih dalam akan strategi apa saja yang hendaknya dilakukan para pengusaha UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut terutama dalam menghadapi berbagai kebijakan fiskal yang telah ditetapkan pemerintah dalam menghadapi kenaikan harga BBM dan persaingan pasar bebas (MEA, AFTA, ACFTA, WTO, APEC, dll.) guna mendukung program pemerintah dalam menanggulangi kemiskinan dan pembangunan perekonomian yang merata hingga pelosok daerah di Indonesia.

B. TUJUAN PENELITIAN

- 1). Menganalisis kondisi pengembangan pasar bagi para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kualitas usaha di Indonesia.
- 2). Merumuskan rekomendasi penerapan strategi mempertahankan dan peningkatankualitas UMKM guna menurunkan tingkat kemiskinan dimasa yang akan datang.

C. RUANG LINGKUP DAN METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam lingkup manajemen strategik. Menurut Widodo(2010), *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan mendasarkan pada karakteristik populasi sehingga pengambilan sampel lebih representatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang difokuskan pada strategi pengembangan pemberdayaan usaha UMKM yang berdasarkan *sampling purposive* dan studi kepustakaan dari data statistic di Badan

Pusat Statistik Republik Indonesia dan Kementerian UMKM dan Koperasi Republik Indonesia tahun 2009-2014 sebagai data primer dan sekunder analisisnya.

D. KAJIAN PUSTAKA

Usaha Kecil di Indonesia mempunyai cakupan yang luas meliputi seluruh sector kegiatan ekonomi, sementara yang lazim kita jumpai di negara lain hanya membatasi pada industri kecil dan sebagian lagi memasukkan kegiatan jasa terutama kegiatan perdagangan eceran (dagang kecil). Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini (www.depkopukm.go.id)

Menurut Tambunan (2009:51) sector UMKM meliputi berbagai sector bisnis, seperti (a) Pertanian, (b) Pertambangan dan penggalian, (c) Industri manufaktur, (d) Listrik, gas dan air bersih, (e) Bangunan, (f) Perdagangan, hotel dan restoran, (g) Transportasi dan Telekomunikasi, (h) Keuangan, penyewaan dan jasa, (i) serta jasa-jasa lainnya. Sektor industri terbagi lagi menjadi beberapa bagian yakni makanan, minuman, dan tembakau, tekstil, pakaian jadi kulit dan alas kaki, kayu dan produk-produk kayu, kertas percetakan dan publikasi, serta kimia (termasuk pupuk). Ada pula produk-produk dari karet, semen dan produk mineral non logam, produk-produk dari besi dan baja, alat-alat transportasi, mesin dan peralatannya, serta olahan lainnya.

Dan menurut Hamel dan Prahalad (2011), strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hamper dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*corecompetencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Sedangkan menurut Kluyver & Pearce (2006), proses formulasi strategi dilakukan dalam tiga tahapan berupa pertanyaan, yaitu:

- a. *Where are we now?*

Pada tahap ini, kita mengidentifikasi kondisi bisnis dan perusahaan saat ini. Diawali dengan isu-isu mendasar seperti visi dan misi perusahaan, dan siapa pemegang saham utama. Selanjutnya adalah evaluasi detail mengenai kinerja perusahaan saat ini, kondisi lingkungan makro (social politik, ekonomi, hukum, dan teknologi) dimana perusahaan beroperasi, peluang dan ancaman dilingkungan industri, dan kekuatan dan kelemahan internal.

b. *Where do we go?*

Dari jawaban tahap pertama, akan ditelusuri alternatif-alternatif strategi yang ada. Contoh strategi alternative pada level unit bisnis adalah pilihan seperti apakah akan berkonsentrasi pada pertumbuhan di beberapa segmen pasar atau focus di pasar yang lebih luas, apakah akan bekerjasama (*partner*) dengan perusahaan lain atau tidak, apakah akan focus pada nilai tambah atau solusi *low-cost* untuk konsumen. Pada level korporat, prosesnya terfokus pada pembentukan portofolio bisnis dan pada pembuatan penyesuaian filosofi dan proses. Pada kedua level tersebut (unit bisnis dan korporat), hasil yang diharapkan adalah sebuah pernyataan strategi yang sebenarnya (*the stated strategic intent*) yang dapat mengidentifikasi panduan konsep bisnis perusahaan atau faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan ke depannya.

c. *How do we get there ?*

Fokus dari pertanyaan ini adalah bagaimana cara mencapai tujuan yang diinginkan. Isu paling penting pada tahap ini adalah bagaimana menjembatani perbedaan kemampuan (*capabilitygap*) antara kemampuan perusahaan saat ini dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mencapai pernyataan strategi yang sebenarnya (*stated strategic intent*).

Sedangkan Menurut James A.F. Stoner (2006), Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pada hakikatnya, manajemen pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia dibedakan menjadi dua dimensi, yaitu:

1. Pembangunan manusia yang seimbang, selaras, serasi antara kehidupan material dan spiritual.
2. Semua golongan, semua daerah, dan generasi mendatang.

Manajemen pembangunan yaitu mengusahakan secara serasi dan berkaitan dengan trilogi pembangunan (pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan stabilitas nasional) yang pada akhirnya akan menunjang ketahanan nasional. Dalam proses pembangunan terdapat manajemen yang berdimensi pada pembangunan social ekonomi, manajemen yang berdimensi modernisasi proses social ke arah masyarakat maju, manajemen yang berdimensi pembangunan bangsa, yang aspek-aspeknya meliputi pembangunan manusiawi, kualitas fisik dan non fisik, otak dan watak.

E. PEMBAHASAN

1. Peran Usaha Kecil dan Menengah Dalam Perekonomian Indonesia

Berdasarkan data statistic terakhir dari Kementerian UMKM dan Koperasi, dengan harga konstan (tahun 2000) kontribusi UMKM di tahun 2012 sangat besar dalam perekonomian Indonesia. Usaha kecil, dan menengah yang jumlahnya dominan tersebut mampu menyediakan 98,88 persen lapangan kerja. Demikian halnya sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Non Migas, cukup meyakinkannya itu sebesar 57,13%. UMKM juga memberikan kontribusi pada ekspor non migas sebesar 14,70% (BPS2014). Hal ini berarti pada sektor-sektor dimana terbuka bagi masyarakat luas UMKM mempunyai sumbangan nyata. Sehingga kemampuan untuk melahirkan percepatan pemulihan ekonomi akan ikut ditentukan oleh kemampuan menggerakkan UMKM. Dengan demikian corak perekonomian ditinjau dari subyek hokum pelaku usaha adalah ekonomi rakyat yang terdiri dari usaha kecil diberbagai sektor, terutama sector pertanian dan perdagangan maupun jasa serta industri pengolahan.

Ditinjau dari posisi dalam mendukung tujuan perekonomian makro, maka usaha kecil menempati posisi sangat strategis karena menyumbang lebih dari 98% penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Posisi sanga penting untuk menjamin stabilitas makro, terutama stabilitas sosial yang akhir-akhir ini menjadi sangat kritis sebaga penentu kelangsungan pertumbuhan kita dan investasi baru untuk melangsungkan pertumbuhan. Dari data sumbangan sektor, sector yang dominan digerakkan ekonomi rakyat sebagai investasi yang perlu diberikan perhatian lebih di bidang itu untuk memelihara pertumbuhan dan sekaligus menciptakan kesempatan kerja, serta memperkuat posisi ekspor kita dimasa depan.

Tabel 1
Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2005–2012

| INDIKATOR | SATUAN | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------------------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------------|
| UMKM | Unit | 47.017 | 49.021.803 | 51.409 | 52.764 | 53.823 | 55.206 | 56.534 | 56.534.592 |
| Pertumbuhan Jumlah UMKM | Persen | 5,00 | 4,26 | 2,52 | 2,64 | 2,01 | 2,57 | 2,41 | 2,41 |
| Jumlah Tenaga Kerja UMKM | Orang | 83.586 | 87.909.598 | 94.024 | 96.211 | 99.401 | 101.722 | 107 | 107.657.509 |
| Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja | Persen | 3,90 | 5,17 | 3,90 | 2,33 | 3,32 | 2,33 | 5,83 | 5,83 |
| Sumbangan PDB UMKM | Rupiah | 979 | 1.032.573.90 | 1.165 | 1.212 | 1.282 | 1.369 | 1.504 | 1.504.928.20 |
| Pertumbuhan Sumbangan PDB UMKM | Persen | 5,97 | 5,40 | 6,04 | 4,02 | 5,77 | 6,76 | 9,90 | 9,90 |
| Nilai Ekspor UMKM | Rupiah | 110 | 123.767.87 | 178 | 162 | 175 | 187 | 208 | 208.067.00 |
| Pertumbuhan Nilai | Persen | 15,48 | 12,17 | 26,82 | -8,85 | 8,41 | 6,56 | 11,00 | 11,00 |

Sumber: depkopukm.go.id

Hal ini terlihat dari semakin membaiknya posisi usaha kecil dan menengah dalam struktur pembentukan PDB dari tahun 2009 hingga 2012. Salah satu usaha yang harus dikerjakan secara serius adalah dengan memusatkan investasi, paling tidak investasi yang komponen dorongan pemerintahnya cukup tinggi pada

sektor-sektor yang langsung terkait dengan peningkatan nilai tambah bagi usaha kecil. Sektor kegiatan yang berkaitan dengan perkebunan, perikanan dan industri pengolahan adalah kegiatan yang sangat erat kaitannya dengan penciptaan kekuatan awal bagi usaha ekonomi rakyat untuk mendapatkan pangkalan untuk bergerak di usaha skala besar bernilai tambah tinggi. Hal ini juga akan membangun kesinambungan usaha ekonomi rakyat di sektor primer "yang lebih tradisional" menjangkau sektor pengolahan yang "modern".

Dari sisi sumbangan terhadap ekspor, masih terlihat belum mampunya usaha kecil mengimbangi industri besar dalam menembus pasar. Usaha kecil dan menengah hanya menyumbang sekitar 4,02% hingga 9,90% dari total ekspor kita dalam rentang waktu 2009 hingga 2012.

Prof. Urata (2000) melihat sejarah panjang keberadaan UMKM di Indonesia dengan peran utama yaitu: Pertama, pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Kedua, penyedia kesempatan kerja yang menaik. Ketiga, pelaku usaha memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi local dan pengembangan masyarakat. Keempat, pencipta pasar dan inovasi baru melalui fleksibilitas dan sentivitas UMKM serta keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan. Kelima, pemain dalam perbaikan neraca pembayaran internasional melalui peran yang semakin nyata dalam komposisi ekspor dan penghematan devisa melalui produk-produk substitusi impor yang dikaitkan oleh UMKM. Lebih jauh Prof. Urata memperlihatkan pentingnya industri pengolahan dan jasa perdagangan sebagai focus perhatian untuk pemulihan ekonomi.

2. Manajemen Strategis Bagi Pengusaha UMKM Di Indonesia

Tabel 2
Perhitungan Nilai Growth PDB Republik Indonesia Tahun 2012-2014
(Berdasarkan Lapangan Usaha)

*Dalam(Rp.Miliar)

**DataSementara

| No | LAPANGANUSAHA | NILAI PRODUKDOMESTIK BRUTO (PDB)* | | | NILAI GROWTH | |
|----|--|-----------------------------------|------------------|------------------|--------------|--------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014** | 2012--2013 | 2013-2014 |
| 1 | Pertanian, Peternakan, kehutanan,dan perikanan | 1,193,452.90 | 1,311,037.30 | 1,128,177.40 | 0.10 | -0.14 |
| 2 | Pertambangan dan Penggalian | 970,823.80 | 1,020,773.20 | 812,892.50 | 0.05 | -0.20 |
| 3 | IndustriPengolahan | 1,717,966.90 | 1,885,799.30 | 1,550,363.70 | 0.10 | -0.18 |
| 4 | Listrik,Gas,danAir bersih | 62,234.60 | 70,074.60 | 62,005.10 | 0.13 | -0.12 |
| 5 | Konstruksi | 844,090.90 | 907,267 | 734,052.90 | 0.07 | -0.19 |
| 6 | Perdagangan,Hotel, danRestoran | 1,148,690.60 | 1,301,506.30 | 1,083,441.20 | 0.13 | -0.17 |
| 7 | Pengangkutandan Komunikasi | 549,105.40 | 636,888.40 | 910,151.20 | 0.16 | 0.43 |
| 8 | Keuangan,RealEstate, danJasa Perusahaan | 598,523.20 | 683,009.80 | 570,878.90 | 0.14 | -0.16 |
| 9 | Jasa-jasa | 889,994.40 | 1,000,822.70 | 801,657.70 | 0.12 | -0.20 |
| | TOTAL PDBNON MIGAS | 7,974,883 | 8,817,179 | 7,653,621 | 0.11 | -0.13 |

Sumber:www.bps.go.id

STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL dan MENENGAH (UMKM) DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN dan PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2012-2013, sektor yang menjadi sector ekonomi unggulan adalah sector perdagangan, hotel, dan restoran, sektor pengangkutan dan komunikasi, sector keuangan, realestate, dan jasa perusahaan, dan sektor jasa-jasa. Dilihat dari daya saing selama tahun 2012-2013, sektor sektor pengangkutan dan komunikasi adalah sector yang berdaya saing terbaik. Sedangkan sector Pertambangan dan Penggalian adalah sector yang laju pertumbuhannya paling lambat dan sector ekonomi lainnya kurang memiliki daya saing. Sektor konstruksi. Sektor industri pengolahan termasuk sector yang progresif. Salah satu penyumbang terbesar ekspor kita adalah industri pengolahan, namun usaha kecil dan menengah hanya mampu menyumbang kurang dari seperlima ekspor usaha besar, meskipun mungkin barang ekspor tersebut berasal dari usaha kecil. Menurut Tambunan (1999) keunggulan UMKM dalam ekspor karena mengandalkan pada keahlian tangan (*handmade*), seperti pada kerajinan batu mulia, batik, dan ukiran kayu. Dan jenis kegiatan semacam ini lebih *labour intensive* dibanding usaha besar yang cenderung bersifat *capital intensive* karena menurut Hubeis (2009:2), kelebihan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah dapat menjadi dasar pengembangan kewirausahaan, dikarenakan organisasi internal sederhana ini mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan/padat karya (lapangan usaha dan lapangan kerja) yang berorientasi pada ekspor dan substitusi impor (struktur industri dan perolehan devisa).

Tabel3
Produk Domestik Bruto per Triwulan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha, Tahun 2013-2014 (Miliar Rupiah)

| LAPANGAN USAHA | 2013 | | | | | 2014 | | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----|-------------|
| | I | II | III | IV | Jumlah | I | II | III | IV | Jumlah |
| Pertanian, Peternakan, | 324,287.1 | 332,932.0 | 363,919.9 | 289,898.3 | 1,311,037.3 | 361,004.7 | 368,745.5 | 398,47.2 | | 0.09 |
| Kehutanan Dan Perikanan | | | | | | | | | | |
| Pertambang An Dan Penggalian | 246,935.9 | 238,849.8 | 255,096.6 | 279,890.9 | 1,020,773.2 | 269,997.7 | 268,161.8 | 274,733.0 | - | 0.05 |
| Industri Pengolahan | 507,479.4 | 525,252.8 | 549,343.1 | 570,517.6 | 2,152,592.9 | 566,519.8 | 589,158.3 | 612,420.3 | | 0.17 |
| Listrik, Gas, Danair Bersih | 16,980.5 | 17,116.5 | 17,265.5 | 18,712.1 | 70,074.6 | 19,680.9 | 21,170.5 | 21,153.7 | | 0.01 |
| Ban Gu N An | 212,277.6 | 222,199.4 | 230,494.1 | 242,295.9 | 907,267.0 | 233,343.4 | 245,097.7 | 255,611.8 | | 0.069 |
| Perdagangan, Hotel dan Restoran | 303,799.9 | 318,763.9 | 334,355.6 | 344,586.9 | 1,301,506.3 | 346,980.7 | 362,837.5 | 373,623.0 | | 0.108 |
| Pengangkut An Dan Komunikasi | 145,480.1 | 151,521.7 | 167,413.8 | 172,472.8 | 636,888.4 | 173,690.7 | 182,044.2 | 190,999.1 | | 0.06 |
| Keuangan, Persewaan & Jasa persh. | 162,252.1 | 166,128.6 | 175,715.1 | 178,914.0 | 683,009.8 | 185,155.8 | 189,438.5 | 196,284.6 | | 0.06 |
| Jasa -Jasa | 224,179.2 | 239,959.0 | 266,044.3 | 270,640.2 | 1,000,822.7 | 247,854.2 | 257,186.5 | 296,617.0 | | 0.08 |
| Produk Domestik Bruto tanpa Migas | 2,143,671.8 | 2,212,723.7 | 2,359,648.0 | 2,367,928.7 | 9,083,972.2 | 2,404,227.9 | 2,483,840.5 | 2,619,869.7 | | 0.72 |

*Triwulan III 2013s/d Triwulan III 2014
Sumber: www.Bps.go.id

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari Triwulan III tahun 2013 hingga Triwulan III tahun 2014, sector yang menjadi sector ekonomi unggulan

adalah sector industri pengolahan. Dilihat dari daya saing, sector perdagangan, hotel, dan restoran adalah sector yang berdaya saing terbaik (0,17%). Sedangkan sector Listrik, Gas, dan Air Bersih adalah sector yang laju pertumbuhannya paling lambat (0,01%) dan sector ekonomi lainnya kurang memiliki daya saing adalah sector Pertambangan dan Penggalian (0,05%). Sedangkan sector Bangunan (0,07%), dan pengangkutan dan komunikasi (0,06%) termasuk sector yang progresif.

Berdasarkan hasil analisis peluang usaha dari perkembangan UMKM di Indonesia tahun 2012–2014, terdapat beberapa strategi yang dapat kita lakukan antara lain:

- 1). Penciptaan iklim usaha yang seluas-luasnya bagi UMKM untuk dapat menjalankan kegiatan usaha dan aspek terpenting dari penciptaan iklim ini adalah terjaminnya *level playing field* bagi semua pihak. Hal ini dikarenakan masih terdapatnya sektor-sektor usaha pembangunan yang belum tergarap secara menyeluruh khususnya sector industri pengolahan, sector perdagangan, hotel, dan restoran serta sector pengangkutan dan komunikasi. Aspek ini meliputi penyempurnaan sistem perundang-undangan dan kebijakan sektoral, dan perlu mendapat dukungan peraturan daerah, penyederhanaan perijinan (pelayanansatuatap) dan upaya penegakan hukum penciptaan iklim usaha juga menuntut peningkatan kemampuan aparatur pemerintah agar mampu berperan sebagai fasilitator bagi UMKM.
- 2). Memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif agar mampu memanfaatkan potensi setempat, terutama sumber daya alam. Untuk memungkinkan peningkatan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang lokal dan pasar global perlu didukung dengan pengembangan lembaga pendamping atau yang lazim dikenal dengan *Business Development Service (BDS)*. BDS ini diharapkan mampu menyediakan dukungan perkuatan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memperoleh akses teknologi dan pasar (*non financial BDS*) maupun akses terhadap permodalan (*financial BDS*). Dalam kaitan ini tumbuhnya lembaga pelatihan serta yang menyediakan jasa bagi UMKM secara wajar perlu dikembangkan secara meluas.
- 3). Pengembangan atau pembentukan bank yang secara khusus mendapatkan tugas memberikan pelayanan kredit kepada UMKM dengan persyaratan yang lebih mudah dari bank konvensional. Namun mengingatkan UMKM secara substansial adalah potensi pasar bagi perbankan ini tidak berarti menutup pintu bank konvensional untuk melayani pembiayaan bagi UMKM. Dalam waktu bersamaan berbagai program kredit yang dapat menumbuhkan distribusi bagi pasar keuangan UMKM juga dirasionalisasikan perkreditan kepada UMKM yang dikembangkan sesuai dengan dasar kelayakan dan sepenuhnya dilaksanakan sesuai mekanisme perbankan.

- 4). Meningkatkan kemampuan UMKM untuk dapat akses kepada perbankan selain pengembangan lembaga pendamping, perlu didukung oleh lembaga penjamin kredit yang tidak hanya ada di pusat, tetapi dapat dikembangkan oleh daerah atau lembaga non pemerintah. Pengalaman lembaga penjamin kredit bagi UMKM ini telah menjadi bagian dari pengalaman keberhasilan pengembangan UMKM di RRC, Singapura, dan Taiwan. Untuk pelayanan usaha mikro dan kecil yang tidak mampu akses terhadap perbankan atau belum layak, maka dikembangkan lembaga keuangan mikro dan unit simpan pinjam/koperasi simpan pinjam yang telah terbukti efektif untuk mengatasi kelayakan likuiditas bagi UMKM hingga seluruh daerah terpencil di Indonesia.
- 5). Mengembangkan UMKM berkeunggulan kompetitif yang mengarah kepada upaya penciptaan usaha berbasis IPTEK. Dalam kerangka ini selain peningkatan kapasitas kewirausahaan melalui inkubator bisnis dan teknologi juga mengembangkan insentif bagi tumbuhnya kemitraan yang sehat untuk mengembangkan produk unggulan. Dorongan untuk pemanfaatan teknologi informatika bagi pengembangan UMKM juga perlu diberikan tekanan.
- 6). Dalam upaya mengembangkan UMKM yang berdaya saing maka kerjasama internasional dalam rangka pengembangan perdagangan dan investasi perlu dijalankan dan difasilitasi. Hal ini antara lain melalui berbagai forum bisnis *matchmaking*, kerjasama regional, program kooperatif melalui investasi dan kerjasama antar negara untuk sistem pemagangan. Pembentukan kerjasama regional dalam pengembangan UMKM seperti *SME Working Group*, AMEIC, AADCP, ACEDAC, dan forum sejenis dapat menjadikan jembatan bagi kerjasama regional antara sesama UMKM dan Koperasi di kawasan Asia Pasifik yang sangat dinamis.

3. Rencana Strategis Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia

Berdasarkan hasil analisis pengaruh berbagai sector UMKM dalam pembangunan ekonomi makro di Indonesia, maka dalam upaya penanggulangan kemiskinan selain penciptaan lapangan kerja produktif secara mandiri, maka program intervensi sosial juga masih diperlukan bagi kelompok miskin yang rentan terutama kelompok rawan pangan dan gizi. Kita harus terus mengembangkan system ketahanan social atau jenis pengaman social yang efektif dan terjamin akuntabilitasnya. Dengan semakin bagusnya kebijakan pembangunan ekonomi yang lebih mengandalkan pasar, maka sistem jaminan sosial juga harus mendapatkan perhatian yang lebih besar pula dengan memperbanyak jumlah wiraswasta di Indonesia dengan memperbanyak pelatihan tentang manajemen *entrepreneurship* yang baik dan benar hingga keseluruhan pelosok daerah di Indonesia. Potret kemiskinan di Indonesia memang sangat dipengaruhi oleh krisis ekonomi. Namun pernyataan umum semacam itu dapat menyesatkan dan tidak mengetahui jumlah pemasalahannya. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah penduduk miskin sebelum pada saat dan setelah krisis

mereda.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah menganalisis akan seberapa besar pengaruh sektor-sektor UMKM dalam pembangunan perekonomian makro di Indonesia, maka dapat diketahui beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM serta menanggulangi tingkat kemiskinan di Indonesia di masa mendatang, antara lain:

- a) Penciptaan iklim usaha yang seluas-luasnya bagi UMKM untuk dapat menjalankan kegiatan usaha dan aspek terpenting dari penciptaan iklim ini adalah terjaminnya *level playing field* bagi semua pihak. Aspek ini meliputi penyempurnaan sistem perundang-undangan dan kebijakan sektoral.
- b) Memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif agar mampu memanfaatkan potensi setempat, terutama sumberdaya alam.
- c) Pengembangan bank yang secara khusus mendapatkan tugas memberikan pelayanan kredit kepada UMKM dan memberikan akses perbankan seluas-luasnya kepada seluruh pengusaha UMKM.
- d) Mengembangkan UKM berkeunggulan kompetitif yang mengarah kepada upaya penciptaan usaha berbasis IPTEK.
- e) Mengembangkan UMKM yang berdaya saing maka kerjasama internasional dalam rangka pengembangan perdagangan dan investasi perlu dijalankan dan difasilitasi.
- f) Dalam upaya penanggulangan kemiskinan selain penciptaan lapangan kerja produktif secara mandiri, maka program intervensi social juga masih diperlukan bagi kelompok miskin yang rentan terutama kelompok rawan pangan dan gizi.

Saran

Saran yang bias disampaikan adalah sebagai berikut:

- a) Pemerintah hendaknya membuat prioritas pembangunan yang lebih memperhatikan keberadaan dan keberlanjutan industri kecil dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dikarenakan UMKM memberikan sumbangan yang cukup besar pada struktur perekonomian dalam menanggulangi kemiskinan di Indonesia.
- b) Saran yang dapat disampaikan untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan data primer dan sekunder yang lebih variatif, misalnya dengan menambahkan para pelaku usaha/pelaku perekonomian sebagai sampel penelitian.

DAFTARPUSTAKA

- De Kluyver, Cornelis and John A. Pearce II, 2006, *Strategy A View from The Top*. Pearson Prentice Hall, Second Edition.
- Hamel, Gary & C. K Praharald, 2011. *Competing for the Future*, USA: Harvard Bussiness School Press.
- Hubeis, Musa, 2009, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia .
- Shujir Urata, 2000. *Policy Recommendation: Outline of tentative Policy Recommendation for SME Promotion in Indonesia* . Publikasi JICA 17 Mei 2000.
- Stoner, James A.F. 2006, *Manajemen*, Jilid I. Edisi Keenam, Salemba Empat, Jakarta.
- Tulus, Tambunan, 1999, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*, PT.Mutiara Sumber Widya, Jakarta.
- Widodo, Dr.SE. Msi., 2010. *Metodologi Penelitian Manajemen*, Cetakan I, Unissula Press, Semarang.

Rujukan Elektronik

- www.google.com Diakses tanggal 22 Desember 2014
- www.bps.go.id Diakses tanggal 24 Desember 2014
- www.depkopukm.go.id Diakses tanggal 01 Januari 2015
- www.republika.co.id Diakses tanggal 03 Januari 2015