

INOVASI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MEMPERCEPAT PEMBANGUNAN DAERAH

Oleh:

Drs.Elfianto. M.Si

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang

EXECUTIVE SUMMARY

Makalah ini membahas tentang pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai kekuatan strategis dalam mempercepat pembangunan daerah. Dalam hubungan ini khususnya sektor usaha mikro memang menduduki posisi strategis dalam pembangunan sebagai *safety belt*, karena pertumbuhan UMKM setiap tahunnya semakin meningkat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan UMKM dalam mempercepat pembangunan daerah.

Menempatkan usaha mikro kecil dan menengah sebagai sasaran utama pembangunan harus dilandasi komitmen dan koordinasi yang baik antara pemerintah, pembisnis dan lembaga non bisnis serta masyarakat setempat dengan menerapkan *strategi Agresif yang berbasis pada ekonomi jaringan (Kemitraan)*; Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah keseluruhan dengan cara memberi dukungan positif dan nyata terhadap pengembangan sumber daya manusia (pelatihan kewirausahaan), teknologi, informasi, akses pendanaan serta pemasaran, Perluasan pasar ekspor, merupakan indikator keberhasilan membangun iklim usaha yang berbasis kerakyatan.

Kata kunci: *Small Business, middle Business, medium Business, Financial, Government, Strategy, Human Resources, Network, Promotion, Market.*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang tangguh di tengah krisis ekonomi. Saat ini sekitar 99% pelaku ekonomi mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang terus tumbuh secara signifikan dan menjadi sektor usaha yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional.

Pentingnya UMKM bagi berbagai pihak membuatnya seringkali menjadi objek kajian dan riset yang banyak membahas tentang pengembangannya. Bisa dibayangkan bila sektor UMKM terus mengalami pertumbuhan dan peningkatan kualitas (manajemen, keuangan, *output* produk, dan pemasaran), ia akan menjadi motor penggerak perekonomian nasional yang sudah teruji kebal terhadap krisis ekonomi global. Meski terkadang masih dipandang sebelah mata, eksistensi dan kontribusi UMKM bagi perekonomian nasional tetaplah vital dan strategis.

Saat ini, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah berencana untuk menciptakan 20 juta usaha kecil menengah baru tahun 2020. Tahun 2020 adalah masa yang menjanjikan begitu banyak peluang karena di tahun tersebut akan terwujud apa yang dimimpikan para pemimpin ASEAN yang tertuang dalam Bali Concord II. Suatu komunitas ekonomi ASEAN, yang peredaran produk-produk barang dan jasanya tidak lagi dibatasi batas negara, akan terwujud. Kondisi ini membawa sisi positif sekaligus negatif bagi UKM. Menjadi positif apabila produk dan jasa UKM mampu bersaing dengan produk dan jasa dari negara-negara ASEAN lainnya, namun akan menjadi negatif apabila sebaliknya. Untuk itu, kiranya penting bila pemerintah mendesain program yang jelas dan tepat sasaran serta mencanangkan penciptaan 20 juta UKM sebagai program nasional.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus diakui sebagai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah, oleh karena pertumbuhan Usaha Mikro kecil dan Menengah setiap tahun mengalami peningkatan, dimana jumlah

UMKM di Indonesia pada tahun 2008 sebanyak 48,9 Juta unit, dan terbukti memberikan kontribusi 53,28% terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja. Selain itu, selama 2005-2008, laju pertumbuhan PDB UMKM dengan minyak dan gas (Migas) dan tanpa migas ternyata tidak berbeda jauh, hanya pada PDB tanpa migas agak tertarik ke atas..

Sepanjang 2005-2008 kumulatif pertumbuhan PDB migas UMKM masing-masing: 5,61%; 5,52%; 5,97%; dan 5,40%, sedangkan pertumbuhan tanpa migas masing-masing: 5,62%; 5,55%; 5,99%; dan 5,41%. Bandingkan dengan pertumbuhan PDB usaha besar, dengan migas masing-masing: 3,77%; 4,42%; 5,32% dan 5,60% sedangkan tanpa migas masing-masing: 5,81%; 6,64%; 7,49%; dan 7,17%.

Data pertumbuhan PDB selama 4 (empat) tahun itu, tampak bahwa dengan migas laju pertumbuhan UMKM lebih baik daripada laju pertumbuhan usaha besar, walaupun pertumbuhan PDB usaha besar cenderung meningkat terus setiap tahunnya. Bila dicermati dari laju pertumbuhan PDB tanpa migas, pertumbuhan PDB usaha besar lebih cepat dibandingkan dengan pertumbuhan PDB UMKM. Ini menunjukkan pertumbuhan PDB migas yang umumnya dikelola oleh usaha besar mengalami penurunan setiap tahunnya.

Dari data tersebut di atas, berarti kita tidak boleh mengabaikan keberadaan UMKM yang strategis baik secara nasional maupun di daerah. UMKM memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan UMKM dalam mempercepat pembangunan daerah.

Kriteria Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

Konsep Usaha Kecil itu sendiri sesungguhnya, dari 48,9 juta usaha kecil di Indonesia, hanya 1 juta unit lebih yang benar-benar dapat di sebut sebagai pengusaha kecil. Koperasi pun hanya 80 ribu lebih, lebih dari 47,50 juta pengusaha sesungguhnya

dikategorikan sebagai usaha mikro. Dengan demikian, bila kita berbicara tentang UMKM perlu di ingat bahwa sebetulnya kebanyakan usaha yang kita bahas itu bersifat sangat kecil. Sampai saat ini masih terdapat perbedaan mengenai kriteria pengusaha kecil baik yang ada dikalangan perbankan, lembaga terkait, biro statistik (BPS), maupun menurut kamar dagang dan industri Indonesia (KADIN). Perbedaan kriteria tersebut adalah Bank Indonesia. Suatu perusahaan atau perorangan yang mempunyai total assets maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati. Untuk Departemen Perindustrian kriteria usaha kecil sama dengan Bank Indonesia. Biro Pusat Statistik (BPS); Usaha rumah tangga mempunyai : 1-5 tenaga kerja, Usaha kecil mempunyai : 6-19 tenaga kerja, Usaha menengah mempunyai : 20-99 tenaga kerja. Kamar Dagang Industri Indonesia (KADIN); Industri yang mempunyai total assets maksimal Rp.600 juta termasuk rumah dan tanah yang ditempati dengan jumlah tenaga kerja dibawah 250 orang. Departemen Keuangan; Suatu badan usaha atau perorangan yang mempunyai assets setinggi-tingginya Rp. 300 juta atau yang mempunyai omset penjualannya maksimal Rp. 300 juta per tahun.

Sebagai perbandingan dikemukakan pula beberapa kriteria usaha kecil beberapa Negara berkembang seperti India, Thailand dan Philipina. India, Industri yang memiliki pabrik dan mesin-mesin beserta perlengkapannya dengan fixed assets maksimal Rupee 2.500.000 atau sekitar Rp. 496,4 juta. Thailand Industri yang memiliki fixed assets maksimal Bath 2.000.000 atau sekitar Rp. 438,1 juta. Philipina Usaha rumah tangga industri adalah yang nilai fixed assets kurang dari Pesos 100.000 atau sekitar Rp. 16 juta. Small industry adalah yang nilai fixed assetsnya antara Pesos 100.000 s/d 1.000.000 atau sekitar Rp. 160,8 juta.

Usaha berskala mikro, kecil dan menengah dalam arti yang sempit seringkali dipahami sebagai suatu kegiatan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja dan atau assets yang relatif kecil. Bila hanya komponen ini dijadikan sebagai patokan dalam menentukan besar kecilnya skala usaha maka banyak bias yang terjadi, sebagai contoh sebuah perusahaan yang memperkejakan 50 orang karyawan di Amerika Serikat di kategorikan sebagai perusaha kecil (relatif terhadap ukuran ekonomi Amerika Serikat). Sementara

itu untuk ukuran yang sama, sebuah perusahaan di Bolivia tidak lagi masuk dalam kategori usaha kecil. Dengan demikian, diperlukan komponen atau karakteristik lain dalam melakukan penilaian ukuran usaha, misalnya dengan melihat tingkat informalitas usaha dengan berdasarkan kepada dokumen-dokumen usaha yang dimiliki, tingkat kerumitan teknologi yang digunakan, padat karya dan lain sebagainya.

Perbedaan beberapa kriteria tersebut dapat dimengerti karena alasan kepentingan pembinaan yang spesifik dari masing-masing sektor/kegiatan yang bersangkutan. Namun disadari pula bahwa dalam beberapa hal perbedaan tersebut dapat menimbulkan kesulitan bagi suatu lembaga peneliti terutama dalam pengambilan sample penelitian, sehingga hasilnya dapat menimbulkan persepsi berbeda.

Sehubungan dengan kesulitan yang ditimbulkan di atas, maka sejak tahun 1995 telah diadakan kesepakatan bersama antar instansi BUMN dan perbankan untuk menciptakan suatu kriteria usaha kecil, yaitu suatu badan atau perorangan yang mempunyai total assets maksimal Rp. 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dan peranan serta kelembagaan UMKM dalam perekonomian nasional, maka pemberdayaan tersebut perlu dilaksanakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan Masyarakat secara menyeluruh, sinergis dan berkesinambungan. Untuk mewujudkan hal tersebut maka Pemerintah mengesahkan UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Undang-undang ini disusun dengan maksud untuk memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah. Walaupun usaha mikro kecil menengah telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional namun masih menghadapi berbagai hambatan. Pada dasarnya hambatan dan kendala yang dihadapi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai aspek yang mana satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain: kurangnya permodalan baik jumlah maupun

sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi serta tidak adanya bentuk formil dari perusahaan, lemahnya organisasi dan terbatasnya pemasaran. Disamping itu terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas.

Beragamnya hambatan dan kendala yang dihadapi UMKM, tampaknya masalah permodalan masih merupakan salah satu faktor kritis bagi UMKM, baik untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja maupun modal investasi dalam pengembangan usaha. Untuk mengatasi persoalan yang dihadapi UMKM, pemerintah meluncurkan kredit bagi UMKM dan Koperasi dengan pola penjaminan pada tanggal 5 November 2007 dengan nama Kredit Usaha Rakyat (KUR). KUR dapat diakses oleh UMKM dan koperasi yang memiliki usaha yang layak namun belum bankable atau berkembang pesat. Maksudnya adalah usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan untuk mengembalikan. KUR adalah program yang dicanangkan oleh pemerintah namun sumber dananya berasal sepenuhnya dari dana bank.

Pemerintah memberikan penjaminan terhadap resiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh bank pelaksana. Penjaminan KUR diberikan untuk meningkatkan akses UMKM pada sumber pembiayaan. Dengan adanya KUR, para pelaku UMKM di Sumatera Barat dapat meminjam modal hanya dengan jaminan kelayakan usaha dan diharapkan kepada pelaku UMKM tersebut dapat mengembangkan usahanya. Tahap awal program, KUR ini disediakan hanya terbatas oleh bank-bank yang ditunjuk oleh pemerintah saja, yaitu : Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Syariah Mandiri, Bank Tabungan Negara dan Bank Bukopin. Penyaluran pola penjaminan difokuskan pada lima sektor usaha, yaitu pertanian, perikanan dan kelautan, koperasi, kehutanan, serta perindustrian dan perdagangan. KUR ini ditujukan untuk membantu ekonomi usaha

rakyat kecil dengan cara memberi pinjaman untuk usaha yang didirikannya. Atas diajukannya permohonan peminjaman kredit tersebut, tentu saja harus mengikuti berbagai prosedur yang ditetapkan oleh bank yang bersangkutan.

Strategi Pembangunan

Sadar atau tidak, dalam era desentralisasi dan globalisasi sekarang, setiap masyarakat di daerah menghadapi tantangan yang berbeda dari lingkungan eksternal. Dalam kaitan ini, pemecahan masalah tidak dapat dilakukan dengan kebijakan sama yang berlaku umum dari tingkat pusat. Kebijakan dan strategi yang dikembangkan haruslah sesuai dengan spesifikasi atau kondisi yang dibutuhkan oleh daerah yang bersangkutan.

Masalah daerah memerlukan solusi kedaerahan. Wewenang yang selama ini dipengang pemerintah pusat harus diberikan kepada pemerintah daerah untuk menangani masalah di daerahnya. Dalam kaitan ini, strategi pembangunan daerah haruslah dilakukan dengan proses kolaborasi berbagai unsur terkait dengan masyarakat di daerah. Kebijakan dan strategi yang dikembangkan harus menggunakan sumberdaya lokal yang efisien, termasuk sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya budaya. Lintas pelaku di masyarakat harus bekerja sama untuk meningkatkan nilai sumberdaya setempat.

Untuk itu, perlu diperhatikan bahwa peran UMKM strategis untuk menciptakan tenaga kerja, kesejahteraan dan peningkatan standar hidup masyarakat setempat. Pertumbuhan UMKM tergantung dari kondisi lingkungan bisnis yang dibuat sebagai usaha bersama antara UMKM, Pemerintah dan entitas masyarakat setempat.

Adapun unsur lingkungan bisnis kondusif yang perlu menjadi perhatian, meliputi ketersediaan modal, infrastruktur dan fasilitasnya, ketersediaan tenaga terampil, layanan pendidikan dan pelatihan, jaringan pengetahuan, ketersediaan layanan bisnis, lembaga lingkungan pendukung pembangunan daerah, dan kualitas pengelolaan sektor publik.

Sebagai persyaratan agar strategi pembangunan daerah bekerja dengan baik, maka harus ada evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan masyarakat, identifikasi kesempatan

bagi UMKM, pengurangan hambatan bisnis, dan pemberian kesempatan lintas pelaku setempat untuk berpartisipasi dalam proses.

Dalam pembangunan daerah ini, strategi dan pendekatan yang bisa dilakukan, a.l. investasi dibidang infrastruktur, penyediaan insentif bagi investasi bisnis, mendorong pengembangan investasi baru, pengembangan klaster, pengembangan kemitraan, pengembangan kesempatan kerja, penyediaan layanan pelatihan dan konsultasi, pengembangan lembaga keuangan mikro, penguatan proteksi lingkungan, pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan, perlindungan terhadap warisan budaya, dan pendirian lembaga pembangunan daerah.

Pemerintah Daerah

Untuk mempercepat pembangunan daerah, maka pemerintah daerah sebagai pengambil kebijakan pembangunan harus lelatu mengintegrasikan semua lintas pelaku, termasuk berbagai unsur dalam pemerintah daerah, bisnis, organisasi nirlaba dan penduduk lainnya.

Lintas pelaku harus bekerjasama untuk membuat kerangka kerja formal dan informal atau lembaga untuk mendorong interaksi dan mengatur hubungan antar lembaga. Fleksibilitas harus menjadi kunci dari kerangka kerja dan lembaga yang harus menyalurkan perhatian dan kepentingan yang relevan dalam proses dan mobilisasi sumber daya masyarakat.

Percepatan pembangunan pemerintahan daerah mungkin memerlukan pendirian suatu organisasi pengembangan khusus, yang bertanggungjawab dalam pengordinasian seluruh lintas pelaku dan berfungsi sebagai juru bicara rencana aksi atau *platform* yang ingin dituju.

Organisasi ini harus membentuk jejaring untuk pembangunan daerah untuk peningkatan efisiensi pengalokasian sumberdaya serta berbagai pengetahuan dan informasi.Operasionalisasi dan pembiayaan organisasi ini harus didukung oleh lintas pelaku daerah.

Salah satu misi utama dari pemerintah daerah adalah menggambarkan dan mengimplementasikan seluruh strategi pembangunan. Proses ini harus dimulai dengan penetapan tujuan yang jelas dan memahami kondisi daerah setempat.

Entitas harus juga mempertimbangkan keberlanjutan pada semua tahapan perencanaan dan implementasi untuk menjamin suatu lingkungan yang sehat dan suatu kualitas hidup yang baik. Strategi yang diterapkan haruslah dikembangkan dengan pembagian tenaga kerja antar pelaku sesuai dengan kekuatan dan sumberdaya mereka. Sejalan dengan tren desentralisasi, peran pemerintah daerah menjadi semakin penting dalam pembangunan. Otoritas pemerintah daerah harus menyediakan petunjuk dan bantuan untuk efektifitas dan efisiensi implementasi pengembangan strategi. Simplikasi dan deregulasi prosedur birokrasi harus dilakukan untuk mengurangi biaya bisnis. Pemerintah daerah harus menjembatani antara masyarakat dan otoritas pemerintah yang lebih tinggi.

Promosi Inovasi

Seorang wirausaha secara umum mampu memanfaatkan kesempatan untuk pengembangan kapasitas ekonomi dan pengalokasian sumber daya secara efektif. Sejalan dengan tren baru dalam pembangunan ekonomi, wirausaha juga harus mampu menghadapi kompetisi dan berinovasi, menghasilkan pertumbuhan ekonomi, pembaharuan teknologi, penciptaan lapangan kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat setempat.

Sumber daya lokal harus dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan bisnis dengan memfasilitasi pengusaha untuk mengakses informasi, ilmu pengetahuan, teknologi, modal, dan sumber daya manusia yang dibutuhkan bagi keberhasilan bisnisnya. Lebih penting lagi, otoritas daerah harus mampu melakukan upaya penyederhanaan proses administrasi bagi usaha pemula (*new business start-up*).

Sistem inovasi lokal merupakan mekanisme fundamental untuk penguatan kapasitas inovasi ditingkat lokal. Adapun aktor utama dalam sistem ini meliputi pemerintah setempat, industri, lembaga riset dan perguruan tinggi. Untuk penguatan

operasi sistem inovasi lokal, pemerintah daerah perlu mengembangkan kolaborasi antara industri dan perguruan tinggi dengan menyediakan insentif untuk pengembangan usaha patungan antara pengusaha daerah dan perguruan tinggi. Pengembangan inkubator akan meningkatkan diseminasi ilmu pengetahuan dalam sistem inovasi.

Teori Diffusi Inovasi ini diusulkan oleh Rogers (1995) menyatakan bahwa adopsi dan penggunaan inovasi perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik inovasi yang dipersepsi oleh individual-individual dan karakteristik organisasi telah banyak digunakan apakah suatu inovasi itu dapat digunakan atau tidak oleh suatu organisasi. Teori ini memiliki lima karakteristik untuk mempengaruhi penerimaan produk baru oleh peadopsi Rogers meliputi atribut –atribut inovasi yaitu keunggulan relatif (relative advantage), Kesesuaian (compatibility), kerumitan (complexity), Ketercobaan (trialability) dan Keterlibatan (observability)

Kemajuan teknologi informasi pada pelayanan Bank merupakan inovasi dalam pelayanan kepada masyarakat pedesaan (Petani dan pedagang) memegang peranan yang penting dalam perekonomian suatu negara. Dapat dikatakan bahwa pada dasarnya bank melaksanakan kegiatan distribusi karena bank bertindak sebagai perantara antara pihak pemberi pinjaman dan pihak peminjam. Dalam rangka penyaluran Perkreditan Usaha Rakyat (KUR) kepada UMKM-K pengusaha mikro kecil dan menengah yang merupakan bisnis pokok dari bank komersial, bagaimana perkereditan diadopsi dan digunakan oleh perbankan guna penambahan modal kerja bagi petani di Indonesia dalam bidang perbankan memiliki pengalaman, keahlian, dan fleksibilitas. Penyaluran kredit ini pun memiliki manfaat-manfaat bagi bank yang bersangkutan. Muljono (1990 : 57-61) menerangkan mengenai manfaat perkreditan ditinjau dari sudut kepentingan bank, antara lain memperoleh pendapatan bunga kredit, untuk menjaga solvabilitas usahanya, membantu memasarkan jasa-jasa perbankan yang lain, mempertahankan dan mengembangkan usahanya, untuk merebut pasar, dan yang terakhir adalah dengan

pemberian kredit akan memungkinkan perbankan untuk mendidik para staffnya untuk mengenal kegiatan-kegiatan industri yang lain secara mendetail.

Pembentukan klaster akan mampu merangsang penumbuhan bisnis baru dan menarik perusahaan bisnis baru dari luar daerah, sehingga meningkatkan *output* industri dan menciptakan kesempatan kerja baru. Melalui interaksi dan berbagai sumber daya dalam jejaring, inovasi dan perbaikan teknologi dapat ditingkatkan. Dalam kaitan ini pemerintah daerah perlu menumbuhkan iklim usaha yang kondusif sesuai dengan kondisi lokal untuk pengembangan industri klaster.

Pengembangan SDM.

Kebijakan tenaga kerja terkait erat dengan strategi pengembangan ekonomi dan kebijakan stabilitas sosial. Dan keberhasilan pada satu sisi suatu kebijakan tergantung pada keberhasilan yang lain. Unsur-unsur interaksi mempengaruhi keberhasilan kebijakan tenaga kerja meliputi seberapa baik kebijakan itu sejalan dengan seluruh strategi pengembangan ekonomi, yang juga harus membangun jejaring dengan layanan organisasi ekonomi dan sosial lain, dan bagaimana kondisi sosial dan ekonomi mempengaruhi fleksibilitas implementasinya.

UMKM dan bisnis pemula menjadi penghela penciptaan tenaga kerja di tingkat lokal. Penumbuhan UMKM dan bisnis pemula mempunyai andil penting dalam penyusunan kebijakan tenaga kerja diberbagai wilayah. Agar kebijakan UMKM dan bisnis pemula berjalan dengan baik, otoritas pemerintah daerah harus melibatkan mereka dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan.

Pendirian organisasi pelatihan lokal perlu koordinasi antar pembisnis, tenaga ahli, dan perguruan tinggi. Masukan dari pembisnis dapat membantu menjamin kandungan pelatihan dapat merefleksikan keterampilan yang sesuai dengan alam kebutuhan pasar

tenaga kerja. Otoritas daerah dapat menawarkan insentif untuk mengembangkan pelatihan keterampilan, dan mendorong partisipasi dalam pelatihan.

Dalam era globalisasi, keterampilan yang dibutuhkan pasar berubah cepat. Tenaga kerja harus fleksibel mampu beradaptasi dengan perubahan. Oleh karena itu sangat penting untuk mempercepat kapasitas pekerja untuk mempelajari keterampilan baru, dan alih keterampilan bagi industri yang lain.

Dukungan Financial

Pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) biasanya diiringi dengan kebutuhan modal. UMKM yang semakin berkembang, disebabkan karena semakin besarnya pula peluang usaha yang dapat diakses.

Dalam kondisi tersebut biasanya UMKM tidak dapat mengembangkan usahanya lebih jauh lagi, karena kurangnya dukungan dana. Di sinilah pentingnya lembaga pemberi modal memainkan peranannya, sekaligus melakukan pendampingan.

Sejumlah mekanisme dapat dilakukan sesuai dengan keragaman kondisi yang dihadapi UMKM berkaitan dengan akses finansial. Untuk pembiayaan usaha mikro biasanya memerlukan pengembangan lembaga keuangan mikro dan ketersediaan kredit yang dapat diakses mereka.

Lembaga keuangan mikro bisa berbentuk bank atau non bank, termasuk koperasi. Bagi usaha pemula, pengembangan jejaring lokal usaha malaikat (*Business Angels*) dapat mengatasi sebagian masalah mereka. Lembaga jaminan kredit termasuk di tingkat lokal juga memadai untuk pasar lokal yang lebih kecil.

Tujuan pengembangan lembaga jaminan kredit untuk menjamin keamanan pembiayaan UMKM, membantu UMKM mengatasi keterbatasan agunan, meningkatkan minat lembaga keuangan memberikan kredit kepada UMKM dan mendukung lembaga lain yang telah berusaha membantu UMKM, sebab selama ini perbankan tidak kondusif dalam memberikan pinjaman kredit, karena kredit yang mereka kucurkan selalu

berdasarkan 5 C, yakni *character, capacity, capital, condition of economic, and collateral*.

Akibatnya perbankan selalu menerapkan berbagai persyaratan jaminan keamanan kredit yang disalurkan. Apalagi mereka juga sering kali tidak membedakan persyaratan kredit antara usaha mikro atau kecil dengan usaha besar. Karena itulah pemerintah mendukung peran serta lembaga keuangan lain seperti lembaga modal ventura sebagai alternatif solusi didalam pemberdayaan UMKM.

Keunggulan modal ventura, modal ventura adalah pembiayaan yang berbentuk penyertaan modal, pola bagi hasil, dan obligasi konversi kepada UMKM dalam jangka waktu tertentu dengan karakteristik mempunyai tingkat resiko atau modal yang ditanamkan karena bertindak sebagai investor.

Modal ventura merupakan investasi aktif, yakni jika dipandang perlu melibatkan diri dalam pengelolaan usaha UMKM investasi bersifat sementara dan mengharapkan hasil atas investasi yang ditanamkan.

Dibandingkan dengan perbankan, lembaga modal ventura memiliki beberapa kelebihan didalam mendukung usaha mikro, kecil dan menengah antara lain:

Pertama, lembaga modal ventura menyediakan modal seperti halnya perbankan, tetapi dengan syarat lebih sederhana dalam aspek formal maupun agunan karena lebih mengedepankan kelayakan usaha.

Kedua, selain modal, pola ventura juga menyediakan pendampingan sesuai kebutuhan UMKM, sehingga dapat berjalan lebih efektif bagi kedua pihak. Pola pendampingan ini menjadi *trademark* ventura. Pendampingan ini dapat berbentuk pembinaan atau Pelatihan, konsultasi, manajemen dan perluasan pasar bagi UMKM. Iniyang menyebabkan pola modal ventura berbeda dengan perbankan. Faktor lain yang mendukung lembaga modal ventura menjadi alternatif, adalah akses jaringan di seluruh Indonesia.

Modal Awal Pendanaan

Sejak tahun 2001, modal ventura telah menjadi mitra kementerian Koperasi dan UMKM untuk menggulirkan dana penguatan permodalan kepada usaha kecil, menengah dan koperasi melalui program modal awal pendanaan (MAP).

MAP ini merupakan dana investasi untuk disalurkan kepada usaha kecil, menengah dan koperasi (UMKMK) melalui lembaga modal ventura untuk memulai atau mengembangkan bisnis UMKMK. Program MAP bertujuan melakukan pengembangan UMKMK terutama yang bernilai tambah tinggi, menstimulasi dan menggalang partisipasi berbagai pihak dalam pengembangan basis permodalan UMKMK, serta merangsang pengembangan permodalan jangka panjang bagi UMKMK melalui penyediaan dana investasi (*matching fund*), dengan mekanisme pengembalian pokok dana MAP oleh UMKMK dilakukan dengan diangsur atau sekaligus sesuai dengan jadwal investasi UMKMK yaitu maksimal 5 tahun.

Strategi Pemasaran.

Di banyak daerah, masalah strategi pemasaran menjadi perhatian utama, khususnya untuk produk budaya lokal. Industri budaya lokal yang tradisional mungkin masih menggunakan metode pemasaran kadaluarsa. Ini bisa membuat industri ini mengalami penurunan.

Tetapi, upaya mengembangkan industri budaya lokal dengan pemasaran inovatif dan modern bisa membantu meraih kembali keuntungan pasar. Kebijakan seperti ini dapat mencegah hilangnya nilai budaya dan sejarah karena dampak globalisasi.

Produk dari industri budaya lokal merupakan ekspresi budaya dan seni, yang biasanya banyak menarik bagi pembeli asing dan memiliki potensi ekspor tinggi.

Walaupun secara umum, sebagian dari industri ini adalah usaha mikro yang kesulitan pemasaran di luar negeri.

Pengembangan *e-commerce* merupakan strategi yang dapat membantu memasarkan produknya keluar negeri dengan biaya yang murah. Sebelum itu,

memperkecil kesenjangan digital perlu dilakukan dan sekaligus pembangunan infrastruktur internet.

Untuk mengatasi keterbatasan ukuran dan sumber daya, pembisnis budaya lokal dapat menerapkan strategi pembangunan kerjasama, seperti kerja sama pemasaran dengan pebisnis di industri budaya lokal dan bisnis lain yang saling menguntungkan. Para pasangan bisnis ini dapat bekerja sama untuk membangun asosiasi atau jejaring untuk mempromosikan produk.

Membangun Kemitraan

Pembangunan daerah sebagian besar tergantung pada kemitraan antara pemerintah, pelaku bisnis dan lembaga non pemerintah. Kemitraan ini memfasilitasi koordinasi dan kerja sama. Pasangan lokal darisektor swasta dapat membantu mengeksploitasi kesempatan daerah dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan setempat.

Kunci utama dari kemitraan ini adalah mekanisme untuk mengatur dan mengkoordinid secara benar sumber daya dan upaya-upaya yang berbeda dari para pelaku yang berbeda.

Perencanaan dan implementasinya dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kekuatan masing-masing. Selama dalam proses ini penting untuk diperhatikan, yakni membentuk jejaring kerjasama dan mengembangkan rasa saling percaya.

Karena keterbatasan institusionalisasi, kemitraan untuk pembangunan daerah kerap kurang berjalan dengan stabil. Oleh karena itu pemerintah daerah harus memimpin di depan dalam membangun mekanisme yang lebih stabil dan formal untuk membantumemberikan kemitraan sebagai basis pelembagaan dan kemampuan merancang dan menerapkan rencana pengembangan.

Konsep kemitraan untuk pembangunan daerah dekat hubungannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Sejalan dengan

filosofi CSR, perusahaan ingin mendedikasikan dirinya untuk membangun kemitraan lokal, memperkuat kapasitas lokal, perlindungan lingkungan dan berkontribusi dana untuk pembangunan daerah.

Kesadaran akan pentingnya CSR diantara para pebisnis menjadi prasyarat penting untuk melibatkan para pebisnis dalam kemitraan untuk pengembangan daerah. Membangun kesadaran ini merupakan bidang yang perlu menjadi perhatian pemerintah daerah.

Kesimpulan

Dari uraian-uraian dan penjelasan-penjelasan dimuka, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam rangka pengembangan usaha mikro kecil dan menengah sebagai kekuatan strategi untuk mempercepat pembangunan daerah *Pertama*; potensi pengembangan UMKM di daerah sangat besar. *Kedua*, pengembangan UMKM harus dilaksanakan sesuai dengan budaya lokal dan potensi yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan. *Ketiga*, Sektor UMKM ini sangat berperan dalam menanggulangi masalah sosial di daerah dengan penyerapan tenaga kerja yang sanagat tinggi. *Keempat*, peranan peningkatan SDM, pemanfaatan teknologi, akses permodalan, akses pemasaran, akses informasi, dan manajemen sangat penting dalam mengembangkan usaha mikro. *Kelima*; Sumber daya alam dan sumber daya manusia serta pasar dunia yang semakin terbuka pada era global merupakan potensi besar jika disain dan *strategi replikasi* yang meliputi kerjasama jaringan (*network*) pemerintah, LSM, lembaga swasta dan individu maupun kelompok di kelola secara efektif dalam bentuk kemitraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Anjal Anie. "Pola Pemasaran Yang Efektif Untuk UKM." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta, 2 Oktober 2004.
- Bank Indonesia. "*Statistik Ekonomi Keuangan Indonesia.*" 1995.
- Chang, Willian. "Rakyat Kecil di Tengah Instabilitas Sosial." *Masyarakat Versus Negara.* Kompas, Jakarta, 2002.
- Chandra, Purdi E. "*Trik Bisnis Menuju Sukses.*" Yogyakarta, CV. Grafika Indah, 2004.
- Ernawati. "Upaya Meningkatkan Peran UMKMK." *Warta Kemitraan Bagi Pengembangan Ekonomi Lokal (KPEL,* Jakarta, Edisi Oktober Bappenas, UNDP, UN-HABITAT, 2002.
- Endang, Sri Nuryani. "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UKM Menghadapi Pasar Global." Makalah disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta, 2 Oktober 2004.
- Fakih, Mansour. "*Runtuhnya Teori Pembangunan Dan Globalisasi.*" Yogyakarta, Insist Press, 2003.
- Hasanullah. "Peranan PPUK Bank Indonesia Dalam Pemberian KUK oleh Perbankan Di Indonesia." *Jurnal Magister Manajemen.* No. 26, Jakarta, Badan Penerbit IPWI, 1997.
- Iqbal, Mohammad. M Simanjuntak, Krisni. "*Solusi Jitu Bagi Pengusaha Kecil Dan Menengah.*" Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2004.

Ketetapan MPR Nomor XVI Tahun 1998 Tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi.

Prawirosentono, Suryadi. “*Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis.*” Jakarta , PT. Bumi Aksara, 2002.

Rangkuti, Freddy. “*Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*” Jakarta, PT. SUN, 2000.

Retnadi, Djoko. “Menengok Kebijakan UMKM di Malaysia.” *Kompas*. 16 Oktober 2004.

Sarosa, Pietra. “*Kiat Praktis Membuka Usaha.*” Jakarta, PT. Gramedia, 2004.

Toha, Mahmud. “*Indonesia Menapak Abad 21*”. Kajian Ekonomi Politik. Kumpulan Tulisan Kedepujian Ilmu Pengetahuan Sosial dan Kemanusiaan (IPSK)-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Jakarta, Millenium Publisher. 2000.

Jurnal Koperasi & UMKM, Tabloid kerjasama Bisnis Indonesia dengan kementerian Negara Koperasi dan UMKM, edisi VI/ Oktober 2008.

Team Work Lapera. “*Politik Pemberdayaan.*” Yogyakarta, Lapera Pustaka Utama, 2000.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Usman, Sunyoto. “*Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat.*” Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2004.

Yukl, Gary, 2005 Kepemimpinan Dalam Organisasi, terjemahan Budi Supriyanto, edisi kelima, *Indeks* Jakarta.

Widodo, Tri. “Strategi Pengolahan Sumber Modal UKM.” Makalah Disampaikan pada Seminar UKM Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global, Yogyakarta, 2 Oktober 2004.

Zainudin, Muhamad, 1988. *Metodologi Penelitian.*

