



***“ENAM PILAR INSEKTISIDA” KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DAN
PENGUATAN UMKM BERBASIS KERJASAMA KEMITRAAN DENGAN POLA
CSR SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PERAN PEMERINTAH DAN
PERUSAHAAN UNTUK MENJAGA EKSISTENSI UMKM DALAM MEA 2015***

Ali Arto [✉], Budi Susetyo Hutomo

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima April 2013
Disetujui April 2013
Dipublikasikan Mei 2013

Keywords:
***Six Pillar Insecticide;
Partners Partnership CSR;
Creating a conducive
MSMEs***

Abstrak

Krisis yang terjadi pada negara Indonesia pada tahun 1997 merupakan krisis ekonomi dan multi-dimensi. Pertumbuhan ekonomi nasional yang masih relatif rendah mengakibatkan masalah sosial mendasar masih belum terpecahkan. Permasalahan sosial utama yang dihadapi negara Indonesia adalah meningkatnya jumlah pengangguran dan kemiskinan. Pemerintah Indonesia telah sepakat untuk menurunkan tingkat pengangguran dan kemiskinan melalui pengembangan sektor riil. Seperti pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. UMKM di Indonesia menyumbang 55,6 persen terhadap PDB harga berlaku dengan nilai investasi mencapai Rp 640,4 triliun atau 52,9 persen dari total investasi. Tak hanya itu, UMKM juga menghasilkan devisa sebesar Rp 183,8 triliun atau 20,2% dari jumlah sektor ekonomi Indonesia. Jumlah tenaga kerja UMKM di Indonesia mencapai 90,9 juta pekerja atau sebanding dengan 97,1 persen dari seluruh tenaga kerja Indonesia.

Abstract

The crisis in the country of Indonesia in 1997 is the economic crisis and multi-dimensional. The main social problems facing the country Indonesia is the increasing number of unemployment and poverty. The Indonesian government has agreed to reduce the level of unemployment and poverty through the development of the real sector. Such as the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) which aims to improve the welfare of the Indonesian people. MSMEs in Indonesia accounted for 55.6 percent of GDP at current price with an investment of Rp 640.4 trillion or 52.9 percent of the total investment. Not only that, MSMEs also generate income of Rp 183.8 trillion or 20.2 % of the Indonesian economy. Number of MSMEs in the Indonesian labor force reached 90. million workers, or equal to 97.1 percent of all Indonesian workers.

© 2013 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Kampus Gedung C-6 lantai 1, Kampus Sekaran Gunungpati,
Semarang 50229
E-mail: edaj_unnes@yahoo.com

ISSN 2252-6889

PENDAHULUAN

Krisis yang terjadi di Indonesia pada 1997 merupakan momen yang sangat menakutkan bagi perekonomian Indonesia. Krisis ini telah mengakibatkan usaha besar satu persatu pailit karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dolar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Krisis yang terjadi pada tahun 1997 dan telah berkembang menjadi krisis ekonomi dan multi dimensi. Pertumbuhan ekonomi nasional masih relatif rendah yang mengakibatkan masalah-masalah sosial mendasar belum terpecahkan.

Permasalahan sosial utama yang dihadapi adalah meningkatnya pengangguran dan kemiskinan. Pada Agustus 2008 jumlah pengangguran terbuka mencapai 8,4 juta jiwa, sedangkan *underemployment rate* sampai Agustus 2008 mencapai 30,3%. Sama halnya dengan masalah kemiskinan, jumlah penduduk miskin pada tahun 2004 sebesar 16,6% atau sekitar 36,1 juta jiwa dan telah bertambah menjadi 39,05 juta atau 17,75% pada tahun 2006 (BPS 2010).

Kedua permasalahan ini, secara bertahap harus mampu di kurangi guna mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur sebagaimana amanat UUD 1945. Oleh karena itu, pemerintahan Indonesia bersatu telah sepakat akan berusaha untuk menurunkan tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan penduduk tahun 2014. Kemiskinan dan pengangguran diatasi dengan strategi pembangunan ekonomi yang mendorong pertumbuhan yang berkualitas dan berdimensi pemerataan melalui penciptaan lingkungan usaha yang sehat. Untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi, maka orientasi pembangunan harus ditujukan pada revitalisasi sektor pertanian dan pedesaan serta pengembangan sektor riil, khususnya Koperasi dan UMKM. Pemerintah harus memberikan perhatian lebih kepada usaha mikro kecil dan menengah karena disitulah tumpuan hidup terbesar masyarakat Indonesia.

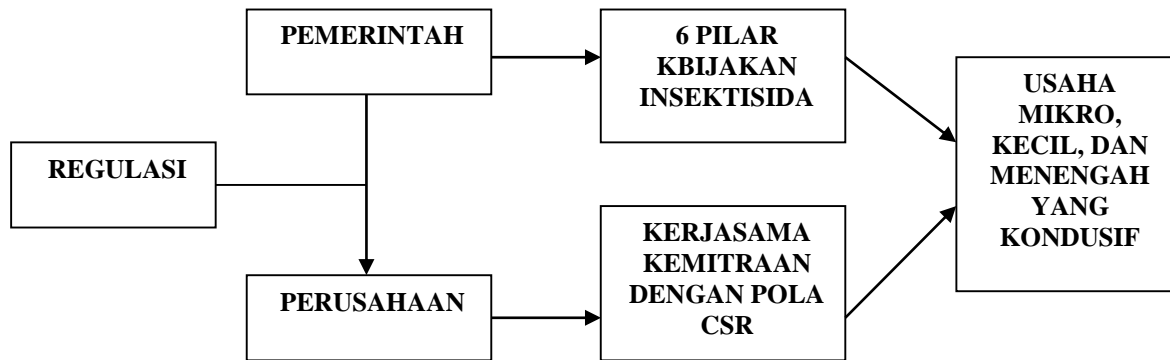
Devisa kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini telah terbukti mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) nasional dan ekspor. UMKM menyumbang 55,6 persen terhadap PDB harga berlaku dengan nilai investasi mencapai Rp 640,4 triliun atau 52,9 persen dari total investasi. Tak hanya itu, UMKM juga menghasilkan devisa sebesar Rp 183,8 triliun atau 20,2% dari jumlah sektor ekonomi Indonesia. Pada tahun 2010 UMKM di Indonesia terdapat lebih dari jumlah pelaku UMKM. Yaitu sebanyak 51,3 juta unit usaha atau 99,91 persen dari seluruh jumlah pelaku usaha di Indonesia. Jumlah tenaga kerjanya mencapai 90,9 juta pekerja atau sebanding dengan 97,1 persen dari seluruh tenaga kerja Indonesia (Republika.co.id 20 Agustus 2011).

Akan tetapi di dalam UMKM sendiri masih memiliki banyak permasalahan. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha, terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Harus diakui bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan kecil (yang banyak menyerap tenaga kerja), memiliki produktivitas yang sangat rendah. Bila upah dijadikan produktivitas, upah rata-rata pada usaha mikro dan kecil umumnya berada dibawah upah minimum. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro dan kecil sangat rendah bila di bandingkan dengan usaha yang lebih besar.

Terkait dengan hal diatas peran pemerintah mutlak diperlukan. Di karenakan pemerintah dengan wewenangnya perlu mengeluarkan semacam “ Pilar-pilar inektisida” kebijakan untuk mendukung pengembangan dan penguatan UMKM di dalam mendukung pembangunan nasional. Tentu dalam hal ini pemerintah tidak mungkin sendirian dalam mengembangkan UMKM. Keterlibatan berbagai pihak *stakeholders*, termasuk perusahaan besar

dalam pengembangan dan penguatan UMKM menjadi sangat penting. Kepedulian dan kehadiran perusahaan besar melalui program *corporate social responsibility* (CSR) telah terbukti banyak membantu dalam mengembangkan dan

menguatkan UMKM. Maka dari itu perlu adanya kebersamaan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengembangkan dan menguatkan UMKM. Perhatikan skema di bawah ini



Gambar 1.1 Skema Peran Pemerintah dan Perusahaan Melalui 6 Pilar Insektisida Kebijakan Pengembangan dan Penguatan UMKM Berbasis Kerjasama Kemitraan dengan Pola CSR

LANDASAN TEORI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Ada beberapa pengertian UMKM menurut para ahli atau pihak yang langsung berhubungan dengan UMKM, antara lain:

1. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Usaha mikro, yaitu usaha produktif milik perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil, yaitu 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 yakni :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 yang memenuhi kriteria :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).
2. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)
- Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.
- Kemitraan**
1. Pengertian Kemitraan
 - a. Dr. Muhammad Jafar Hafsah : Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis;
 - b. Ian Linton : Kemitraan adalah sebuah cara melakukan bisnis di mana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.
 2. Unsur-Unsur Kemitraan

Pada dasarnya kemitraan itu merupakan suatu kegiatan saling menguntungkan dengan berbagai macam bentuk kerjasama dalam menghadapi dan memperkuat satu sama lainnya. Julius Bobo menyatakan, bahwa tujuan utama kemitraan adalah untuk mengembangkan pembangunan yang mandiri dan berkelanjutan (*self-propelling growth scheme*) dengan landasan dan struktur perekonomian yang kukuh dan berkeadilan dengan ekonomi rakyat sebagai tulang punggung utamanya.

Berkaitan dengan kemitraan seperti yang telah disebut di atas, maka kemitraan itu mengandung beberapa unsur pokok yang merupakan kerjasama usaha dengan prinsip saling menguntungkan, saling memperkuat, dan saling memerlukan yaitu :

 - a. Kerjasama Usaha

Dalam konsep kerjasama usaha melalui kemitraan ini, jalinan kerjasama yang dilakukan antara usaha besar atau menengah dengan usaha kecil didasarkan pada kesejajaran kedudukan atau mempunyai derajat yang sama terhadap kedua belah pihak yang bermitra. Ini berarti bahwa hubungan kerjasama yang dilakukan antara pengusaha besar atau menengah dengan pengusaha kecil mempunyai kedudukan yang setara dengan hak dan kewajiban timbal-balik sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, tidak ada yang saling mengeksploitasi satu sama lain dan tumbuh kembang bersama.
 - b. Antara Pengusaha Besar atau Menengah dengan Pengusaha Kecil

Dengan hubungan kerjasama melalui kemitraan ini diharapkan pengusaha besar atau menengah dapat menjalin hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pengusaha kecil atau pelaku ekonomi lainnya. Sehingga pengusaha kecil akan lebih berdaya dan tangguh didalam berusaha demi tercapainya kesejahteraan.
 - c. Pembinaan dan Pengembangan

Pada dasarnya yang membedakan hubungan kemitraan dengan hubungan dagang biasa oleh pengusaha kecil dengan pengusaha besar adalah adanya bentuk pembinaan dari pengusaha besar terhadap pengusaha kecil atau koperasi yang tidak ditemukan pada hubungan

dagang biasa. Bentuk pembinaan dalam kemitraan antara lain pembinaan didalam mengakses modal yang lebih besar. Pembinaan manajemen usaha, pembinaan peningkatan sumber daya manusia (SDM), pembinaan manajemen produksi, pembinaan mutu produksi serta menyangkut pula pembinaan didalam pengembangan aspek institusi kelembagaan, fasilitas alokasi serta investasi.

d. Prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat, dan Saling Menguntungkan

1. Prinsip Saling Memerlukan

Menurut John L. Mariotti kemitraan merupakan suatu rangkaian proses yang dimulai dengan mengenal calon mitranya, mengetahui posisi keunggulan dan kelemahan usahanya. Pemahaman akan keunggulan yang ada, akan menghasilkan sinergi yang berdampak pada efisiensi turunnya biaya produksi dan sebagainya. Penerapannya dalam kemitraan, perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang kecil. Sebaliknya perusahaan yang lebih kecil, yang umumnya relatif lemah dalam hal kemampuan teknologi, permodalan dan sarana produksi melalui teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan besar. Dengan demikian sebenarnya ada prinsip saling memerlukan atau ketergantungan diantara kedua belah pihak yang bermitra.

2. Prinsip Saling Memperkuat

Dalam kemitraan usaha, sebelum kedua belah pihak memulai untuk bekerjasama, maka pasti ada sesuatu nilai tambah yang ingin diraih oleh masing-masing pihak yang bermitra. Nilai tambah ini selain diwujudkan dalam bentuk nilai ekonomi seperti peningkatan modal dan keuntungan, perluasan pangsa pasar, tetapi juga ada nilai tambah yang non ekonomi seperti peningkatan kemampuan manajemen, penguasaan teknologi dan kepuasan tertentu. Keinginan ini merupakan konsekuensi logis dan alamiah dari adanya kemitraan. Keinginan tersebut harus di

dasari sampai sejauh mana kemampuan untuk memanfaatkan keinginan tersebut dan untuk memperkuat keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, sehingga dengan bermitra terjadi suatu sinergi antara para pelaku yang bermitra sehingga nilai tambah yang diterima akan lebih besar. Dengan demikian terjadi saling isi mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra.

3. Prinsip Saling Menguntungkan

Salah satu maksud dan tujuan dari kemitraan usaha adalah "*win-win solution partnership*" kesadaran dan saling menguntungkan. Pada kemitraan ini tidak berarti para partisipan harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama. Tetapi yang essensi dan lebih utama adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Pada kemitraan usaha terutama sekali terhadap hubungan timbal balik, bukan seperti kedudukan antara buruh dan majikan, atau terhadap atasan kepada bawahan sebagai adanya pembagian resiko dan keuntungan proporsional, disinilah letak kekhasan dan karakter dari kemitraan usaha tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Natufe dengan mengutip definisi dari WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) menyebut tanggung jawab sosial korporat (CSR) sebagai komitmen berkelanjutan di kalangan bisnis. Untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi. Sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Pilar dasar dari definisi yang dikutip oleh Natufe tersebut mencakup :

- a). Mendorong kesejahteraan ekonomi;
- b). Perbaikan lingkungan hidup; dan
- c). Tanggung jawab sosial.

Philip Kotler mendefinisikan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab sosial korporat adalah sebuah komitmen untuk mengembangkan masyarakat melalui praktek

bisnis. Mengikuti pertimbangan sendiri dan kontribusi sumber-sumber perusahaan.

Pendekatan Penulisan

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif berdasarkan kajian kepustakaan. Dalam pemilihan pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara cermat mengenai keadaan atau gejala tertentu pada objek kajian. Dalam hal ini penulis berusaha membuat gambaran mengenai konsep “Enam Pilar Insektisida” Kebijakan Pengembangan dan Penguatan UMKM Berbasis Kerjasama Kemitraan dengan Pola CSR Sebagai Strategi Peningkatan Peran Pemerintah dan Perusahaan dalam Menciptakan UMKM yang Kondusif.

Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan ada dua, yaitu pengumpulan data primer melalui telaah pustaka dari buku-buku yang relevan dengan topik penulisan, karya tulis ilmiah, dan artikel dari internet. Adapun pengumpulan data sekunder melalui situs-situs internet Departemen Koperasi dan UMKM (Depkop).

PEMBAHASAN

Tantangan dan Permasalahan UMKM di Indonesia

Tantangan atau kecenderungan yang paling besar yang dihadapi UMKM di Indonesia adalah globalisasi, demokratisasi dan desentralisasi, serta menghindari terjadinya krisis pangan, energi, dan dampak resesi dunia yang menjalar ke perekonomian nasional. Pada sisi lain, kita menyadari akan posisi dan kondisi UMKM yang membutuhkan berbagai dukungan dalam pengembangannya.

Demokratisasi dicirikan oleh kebebasan berfikir, berkata dan bertindak. Pada era

demokratisasi ini semua jajaran dan pihak-pihak terkait mulai dari tingkat pusat, Provinsi, Kabupaten atau Kota termasuk perusahaan besar untuk turut memberikan perhatian yang lebih besar pada pengembangan usaha mikro dan menengah. Karena sektor UMKM merupakan sumber penghidupan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Tantangan yang paling besar dalam dunia usaha tanpa kenal batas (*borderless*) ini tak ubahnya ibarat air mengalir. Demikian juga halnya arus barang dan jasa yang terjadi di era globalisasi. Barang dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan harga paling murah pasti akan menarik minat pembeli. Demikian juga dengan aliran dana investasi, dimana ada tempat investasi yang menguntungkan, iklimnya kondusif dan prospeknya menjanjikan, maka aliran dana investasi akan mengalir ketempat itu.

Gambaran di atas memberikan ilustrasi bahwa pada era globalisasi ini ciri utamanya adalah persaingan. Siapapun harus mampu bersaing tanpa kecuali bagi produk UMKM, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Oleh karena itu, kebijakan dan strategi pengembangan UMKM kedepan adalah bagaimana meningkatkan daya saing UMKM.

Dari sisi produktivitas terutama kontribusi ekspor, UMKM walaupun menunjukkan perkembangan yang berarti, ekspor non migas nasional sebesar 17,02 % yang mengalami perkembangan sebesar 47,05 %. Walaupun nilai nya cukup besar jumlah yang dicapai oleh UMKM dalam ekspor non migas akan tetapi masih jauh lebih rendah jumlahnya jika dibandingkan dengan usaha besar yang mempunyai kontribusi sebesar 82,92 % dari total nilai ekspor yang ada. Selain itu berdasarkan harga konstan tahun 2000, produktivitas UMKM perunit usaha selama periode 2002-2006 tidak menunjukkan perkembangan yang berarti. Pada tahun 2006, produktivitas usaha mikro dan kecil sebesar Rp. 14,87 juta per unit usaha per tahun sedangkan usaha menengah sebesar Rp. 2,87 milyar, sementara itu produktivitas per unit usaha besar telah mencapai Rp. 113,00 milyar.

Kinerja seperti ini berkaitan dengan : a). rendahnya kualitas SDM di UMKM, khususnya dalam bidang manajemen, organisasi, penerapan teknologi, dan pemasaran serta b). rendahnya kompetensi kewirausahaan UMKM.

Peningkatan produktivitas UMKM ini tentu sangat diperlukan dalam rangka mengatasi ketimpangan antar pelaku, antar golongan pendapatan dan antar daerah, termasuk dalam rangka penanggulangan kemiskinan. Sekaligus mendorong peningkatan daya saing nasional. Pada sisi lain, UMKM juga memiliki keterbatasan kemampuan untuk akses kepada sumber daya produktif, terutama terhadap permodalan, teknologi, informasi, dan pasar. Dalam hal pendanaan, produk jasa lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja, sedangkan kredit investasi masih sangat terbatas. Bagi UMKM, keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar. Disamping persyaratan pinjamannya yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan, serta adanya paradigma pada dunia perbankan yang memandang UMKM sebagai kegiatan yang berisiko tinggi. Setiap tahun, untuk skala jumlah pinjaman dari perbankan sampai Rp. 50 juta, terserap hanya sekitar 24 % ke sektor produktif, selebihnya terserap ke sektor konsumtif. Bersamaan dengan itu, penguasaan teknologi, manajemen, informasi, dan pasar masih jauh dari memadai serta relatif memerlukan biaya yang besar untuk dikelola secara mandiri oleh UMKM. Sementara ketersediaan lembaga yang menyediakan jasa di bidang tersebut juga sangat terbatas dan tidak merata ke seluruh daerah. Peran masyarakat dan dunia usaha dalam pelayanan kepada UMKM juga belum berkembang, karena pelayanan kepada UMKM masih dipandang kurang menguntungkan.

Potensi dan Keefektifan “Enam Pilar Insektisida” Kebijakan Pengembangan dan Penguatan UMKM Berbasis Kerjasama Kemitraan dengan Pola CSR, sebagai Strategi

Peningkatan Peran Pemerintah dan Perusahaan dalam Menciptakan UMKM yang Kondusif

Sejalan dengan perkembangan dalam era globalisasi dan tuntutan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, masalah krusial yang juga banyak dikeluhkan belakangan ini oleh para pelaku bisnis tanpa kecuali UMKM. Munculnya berbagai hambatan yang berkaitan dengan peraturan-peraturan baru, khususnya di daerah. Peraturan-peraturan daerah ini kurang memberikan ruang bagi UMKM untuk berkembang. Dalam implementasinya, birokrasi administrasi yang berbelit-belit dan penegakan hukum yang kurang tegas menjadi tantangan yang harus terus di atasi ke depan.

Berangkat dari berbagai masalah, tantangan, dan hambatan tersebut di atas. Maka dalam pengembangan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemerintah telah menetapkan arah kebijakannya, yaitu:

1. Mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang diarahkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing. Sedangkan pengembangan usaha skala mikro lebih diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah.
2. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik (*good governance*) dan berwawasan gender terutama untuk memperluas akses kepada sumber permodalan khususnya perbankan. Memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan prosedur perijinan, memperluas, dan meningkatkan kualitas institusi pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi. Sebagai penyedia jasa pengembangan usaha, teknologi, manajemen, pemasaran, dan informasi.

3. Memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru berkeunggulan untuk mendorong pertumbuhan. Peningkatan ekspor dan penciptaan lapangan kerja terutama dengan,

1). Meningkatkan perpaduan antara tenaga kerja terdidik dan terampil dengan adopsi penerapan teknologi;

2). Mengembangkan UMKM melalui pendekatan klaster di sektor agribisnis dan agroindustri. Disertai pemberian kemudahan dalam pengelolaan usaha, termasuk dengan cara meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi sebagai wadah organisasi, kepentingan usaha bersama untuk memperoleh efisiensi kolektif;

3). Mengembangkan UMKM untuk makin berperan dalam proses industrialisasi, perkuatan keterkaitan industri, percepatan pengalihan teknologi, dan peningkatan kualitas SDM;

4). Mengintegrasikan pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional. Sesuai dengan karakteristik pengusaha dan potensi usaha unggulan di setiap daerah.

4. Mengembangkan UMKM agar semakin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik yang semakin berdaya saing dengan produk impor. Khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak;

5. Membangun koperasi yang diarahkan dan difokuskan pada upaya-upaya untuk : (i) membenahi dan memperkuat tatanan kelembagaan dan organisasi koperasi di tingkat makro maupun mikro. Berguna untuk menciptakan iklim dan lingkungan usaha yang kondusif bagi kemajuan koperasi serta kepastian hukum yang menjamin terlindunginya koperasi dan anggotanya dari praktek-praktek persaingan usaha yang tidak sehat ; (ii) meningkatkan pemahaman, kepedulian dan dukungan pemangku kepentingan (*stakeholders*) kepada koperasi ; dan (iii) meningkatkan kemandirian gerakan koperasi.

Makna yang tersirat dan tersurat dalam arah kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM tersebut pada intinya. Ditujukan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing, dan penanggulangan kemiskinan. Oleh karena itu, enam pilar inisiatif kebijakan pengembangan UMKM ditujukan dalam rangka mewujudkan keempat hal tersebut yaitu:

A. Pilar pertama, menumbuhkan iklim usaha yang kondusif. Penumbuhan iklim usaha yang kondusif ditujukan untuk memberikan kesempatan yang sama kepada masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Termasuk akses kepada sumber daya produktif. Dalam kaitan ini, tidak ada perbedaan perlakuan antara usaha besar dan UMKM semuanya diperlakukan sama secara proporsional. Menumbuhkan iklim usaha kondusif ini lebih banyak ditujukan dalam aspek regulasi dan deregulasi. Sebuah pengaturan yang diperlukan dan diwujudkan dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Demikian

juga, kalau ada peraturan yang menghambat akan disempurnakan atau barangkali ditiadakan/deregulasi. Ada beberapa peraturan perundang-undangan yang dipandang masih dibutuhkan untuk pengembangan UMKM, antara lain: UU tentang UMKM, UU Lembaga Keuangan Mikro, UU Penjaminan Kredit, dan Peraturan yang menyangkut pengembangan sistem pelayanan perizinan satu pintu. Sedangkan beberapa peraturan yang dipandang menghambat perkembangan UMKM umumnya lebih banyak di daerah dalam bentuk peraturan daerah (PERDA). Setelah otonomi daerah diterapkan, seperti PERDA perdagangan antar pulau untuk kelapa dan kayu yang menghambat berkembangnya UMKM. Peraturan daerah ini sering membebani UMKM sehingga daya saingnya menurun.

B. Pilar kedua, meningkatkan akses pada sumber daya finansial. Masalah finansial merupakan masalah klasik bagi UMKM. Jika ada 100 pelaku usaha mikro dan kecil khususnya

ditanya masalah utamanya, dapat dipastikan 70-80 orang dari mereka menjawab permodalan. Padahal, jika ditelaah secara mendalam masalah utamanya bukanlah permodalan, dan bahkan sering akar masalahnya adalah akses pasar. Karena pasar untuk pelaku UMKM tidak ada, maka barang yang diproduksi jadi tidak terjual. Akibatnya, para pelaku bisnis UMKM ini merasakan modalnya kurang. Untuk meningkatkan akses pada sumber daya finansial ini, pemerintah bersama dengan bank Indonesia (BI) mendorong pihak perbankan agar menyusun rencana bisnisnya setiap tahun. Sejak empat tahun terakhir, melalui peran BI, perbankan selalu menyampaikan rencana kerja tahunannya untuk pembiayaan UMKM. Pada tahun 2003, rencana bisnis perbankan yang ditujukan bagi UMKM sebesar Rp. 42,4 trilyun dan yang berhasil diserap oleh UMKM hanya sebesar Rp. 27 trilyun atau 63,82%. Karena penyerapannya kecil pada tahun 2003, maka pada tahun 2004 rencana bisnis perbankan untuk UMKM hanya Rp. 38,5 trilyun dan dari plafon ini ternyata realisasinya sebesar Rp. 72,03 trilyun atau 187%. Adapun untuk tahun 2005, rencana bisnis perbankan untuk UMKM adalah sebesar Rp. 60,4 trilyun dan tahun 2006, sebesar Rp. 68,1 trilyun dengan realisasi Rp. 58,02 trilyun. Untuk tahun 2007, rencana bisnis perbankan untuk UMKM adalah sebesar Rp. 87,6 trilyun. Dalam rangka peningkatan akses pada finansial ini, selain melalui perbankan, pemerintah juga mendorong pengoptimalan pemanfaatan laba 1-3 % BUMN. Di samping itu, pemerintah juga mengalokasikan sebagian APBN untuk perkuatan KSP/USP guna meningkatkan kemampuannya dalam melayani kebutuhan pendanaan bagi usaha mikro dan kecil. Anggotanya antara lain melalui program perempuan keluarga sehat dan sejahtera (PERKASSA) dan program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM).

C. Pilar ketiga, meningkatkan akses pasar.

Secara umum, UMKM biasanya selalu sanggup memproduksi berbagai produk. Namun, kualitas, desain, dan harga sering kurang cocok dengan selera dan kemampuan konsumen. Masalah ini berdampak pada kurang lakunya produk UMKM, baik di pasar domestik maupun internasional. Untuk mengatasi hal ini, maka perlu ada pelatihan keterampilan dan manajemen untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Di samping pelatihan, temu bisnis dan *exhibition* (pameran) di dalam dan luar negeri, perlu terus digalakkan dalam rangka memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pada sisi lain, pengembangan lembaga pendukung pemasaran produk seperti *trading house* atau rumah dagang dan pusat-pusat pemasaran produk UMKM lainnya seperti *trading board* perlu terus dikembangkan, mulai dari tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi, pusat dan di luar negeri.

D. Pilar Keempat, meningkatkan kewirausahaan dan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Jiwa dan semangat kewirausahaan yang dimiliki oleh UMKM Indonesia secara umum masih rendah. Rendahnya kewirausahaan UMKM dapat dilihat dari kurangnya kreativitas dan inovasi serta keberanian dalam pengambilan keputusan. Secara umum, UMKM Indonesia dapat menjadi besar karena ketergantungan dari program pemerintah. Hal ini tampak nyata sebelum Indonesia terkena krisis moneter yang berdampak

pada krisis multi dimensi. Ketika itu, tampak sekali, banyak usaha menengah dan besar tidak mampu meneruskan bisnisnya karena terlilit hutang luar negeri, baik hutang modal dan bahan baku impor. Oleh karena itu, ke depannya harus mampu mengembangkan wirausaha-wirausaha yang tangguh yang berbasis pada sumber daya lokal atau *resources based*. Untuk pengembangan kewirausahaan ini, pemerintah sudah dan akan terus mendorong pengembangan

inkubator bisnis, baik di perguruan tinggi maupun melalui peran dunia usaha besar. Selain itu, pengembangan modal ventura juga akan lebih digalakkan agar para pengusaha-pengusaha baru ini. Dapat kemudahan akses permodalan awal melalui modal ventura.

E. Pilar kelima, pemberdayaan usaha skala mikro.

Program ini ditujukan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro. Terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan siap untuk tumbuh serta bersaing. Program ini akan memfasilitasi peningkatan kapasitas usaha mikro dan keterampilan pengelolaan usaha. Serta sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan, dan pembinaan usaha. Program ini memuat kegiatan-kegiatan pokok antara lain mencakup :

1. Penyediaan kemudahan dan pembinaan dalam memulai usaha, termasuk dalam perizinan, lokasi usaha, dan perlindungan usaha dari pungutan informal;
2. Penyediaan skim-skim pembiayaan alternatif tanpa mendistorsi pasar seperti sistem bagi hasil dari dana bergulir, sistem tanggung-renteng, atau jaminan tokoh masyarakat setempat sebagai pengganti agunan;
3. Penyelenggaraan dukungan teknis dan pendanaan yang bersumber dari berbagai instansi pusat, daerah, dan BUMN yang lebih terkoordinasi, profesional, serta institusional;
4. Penyediaan dukungan terhadap upaya peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga keuangan mikro (LKM);
5. Penyelenggaraan pelatihan budaya usaha dan kewirausahaan, serta bimbingan teknis manajemen usaha;
6. Penyediaan infrastruktur dan jaringan pendukung bagi usaha mikro serta kemitraan usaha;

7. Fasilitasi dan pemberian dukungan untuk pembentukan wadah organisasi bersama di antara usaha mikro. Termasuk pedagang kaki lima, baik dalam bentuk koperasi maupun asosiasi usaha lainnya, dalam rangka meningkatkan posisi tawar dan efisiensi usaha;

8. Penyediaan dukungan pengembangan usaha mikro tradisional dan perajin melalui pendekatan pembinaan sentra-sentra produksi/klaster disertai dukungan penyediaan infrastruktur yang makin memadai; dan

9. Penyediaan dukungan dan kemudahan untuk pengembangan usaha ekonomi produktif bagi usaha mikro/sektor informal dalam rangka mendukung pengembangan ekonomi pedesaan. Terutama di daerah tertinggal dan kantong-kantong kemiskinan.

F. Pilar keenam, peningkatan kualitas kelembagaan koperasi.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat. Sesuai dengan jati dirinya menjadi wadah kepentingan bersama bagi anggotanya untuk memperoleh efisiensi kolektif, sehingga citra koperasi menjadi semakin baik. Dengan demikian, diharapkan kelembagaan, dan organisasi koperasi, baik primer maupun sekunder, akan tertata, dan berfungsi dengan baik. Infrastruktur pendukung pengembangan koperasi semakin lengkap dan berkualitas, lembaga gerakan koperasi semakin berfungsi efektif dan mandiri. Serta praktik berkoperasi yang baik (*best practice*) semakin berkembang di kalangan masyarakat luas.

Kemitraan corporate social responsibility (CSR) Suatu Alternatif Penguatan UMKM dan Mendukung Enam Pilar Kebijakan UMKM

Berbagai strategi dan program telah diupayakan dalam pemberdayaan UMKM. Namun demikian, semua strategi dan program tersebut tidak mungkin dilakukan sendiri oleh Kementerian Koperasi dan UMKM secara khusus dan pemerintah pada umumnya. Mulai dari pusat sampai Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Peran dan dukungan masyarakat, perguruan tinggi, termasuk para pelaku bisnis, dan *stakeholders* lainnya juga sangatlah penting. Keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh pemerintah perlu didukung oleh sumber daya yang lain termasuk oleh para pelaku bisnis itu sendiri. Tanpa ada kemauan dari para pelaku bisnis untuk melakukan perbaikan, bagaimanapun besarnya sumber daya yang dialokasikan akan sia-sia saja. Jadi sinergitas di dalam pemberdayaan UMKM menjadi kunci penentu dalam rangka membangun UMKM yang tangguh dan berdaya saing tinggi di masa yang akan datang.

Salah satu sinergitas yang telah banyak dilakukan di luar negeri, adalah kerjasama atau kemitraan antara UMKM dengan usaha besar. Kemitraan yang ideal dilandasi adanya keterkaitan usaha, melalui prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan yang kita kenal dengan istilah "*win-win solution*". Praktek seperti ini telah banyak dikembangkan, baik dalam pola sub-kontrak, wara laba, inti-plasma, dan pola-pola kemitraan lainnya. Perusahaan besar yang bergerak di sektor otomotif (Toyota, Honda dan lainnya); di sektor elektronik (Sony, Toshiba, Panasonic); di sektor makanan (Mc. Donald, Kentucky *Fried Chicken*, Es Teller 77); sektor perkebunan dan perikanan (sawit, tambak udang, dan rumput laut) merupakan beberapa contoh dalam penerapan pola-pola kemitraan.

Melalui pola kemitraan ini, diharapkan terjadinya alih teknologi dan manajemen dari perusahaan besar kepada yang lebih kecil. Di samping itu, pola kemitraan akan mendorong adanya peningkatan daya saing UMKM. Kemitraan akan terbangun dengan adanya kepastian pasokan produk, karena semuanya diatur dalam kesepakatan berbentuk kontrak. Selain kemitraan yang didasarkan pada inter-relasi atau keterkaitan usaha, di banyak negara juga dikembangkan program kemitraan yang didorong karena kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya usaha mikro dan kecil. Pola kepedulian

perusahaan besar dalam bentuk sosial seperti ini yang sering disebut *corporate social responsibility* (CSR). CSR sebagai salah satu solusi kemitraan dapat memperkuat daya saing UMKM. Kemitraan kuat akan mendorong UMKM kuat. Dalam kaitan ini, kepedulian perusahaan besar akan memberi manfaat kepada kedua belah pihak, khususnya dalam rangka pengurangan dampak gejolak sosial sebagai akibat adanya kecemburuan sosial seperti si kaya semakin kaya, dan si miskin semakin miskin. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR ini dapat dilakukan dalam berbagai pola, seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, bahkan penguatan permodalan bagi usaha mikro dan kecil. Ali (2007) Secara spesifik menyebutkan bahwa CSR bisa diarahkan agar UMKM bisa dibantu dalam inovasi *packaging*, inovasi branding, inovasi produk, serta penampilan produk. Selain hal-hal tersebut, bentuk program CSR lainnya yang juga bisa dilakukan adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM.

Pola pengelolaan program CSR oleh perusahaan besar sangat tergantung pada kemampuan internal perusahaan. Ada perusahaan yang memiliki dukungan sumber daya manusia cukup sehingga devisi/unit CSR yang dibentuk bisa langsung menangani kegiatan yang akan dilakukan. Namun, tidak jarang juga terdapat keterbatasan kemampuan dalam memberikan pendampingan kepada UMKM. Dalam mengelola sebuah CSR usaha besar dapat bekerjasama dengan pemerintah, perguruan tinggi, lembaga riset, LSM dan lembaga lainnya.

PENUTUP

Simpulan

Krisis yang terjadi pada tahun 1997 telah berkembang menjadi krisis ekonomi dan multi dimensi, pertumbuhan ekonomi nasional masih relatif rendah yang mengakibatkan masalah sosial mendasar belum terpecahkan. Permasalahan sosial utama yang dihadapi adalah

meningkatnya pengangguran dan kemiskinan. Pemerintahan sendiri telah sepakat akan berusaha untuk menurunkan tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan. Dengan strategi pembangunan ekonomi yang mendorong pertumbuhan yang berkualitas serta berdimensi pemerataan melalui penciptaan lingkungan usaha yang sehat yang berbasis pengembangan UMKM.

Melihat kontribusi UMKM yang besar maka diperlukan langkah agar UMKM dapat menjadi tangguh dan memiliki daya saing tinggi kedepan. Tantangan atau kecenderungan yang paling besar yang dihadapi oleh UMKM adalah globalisasi, demokratisasi, dan desentralisasi. Serta menghindari terjadinya krisis pangan, energi, dan dampak resesi dunia yang akan menjalar keperekonomian nasional. Selain itu ada berbagai macam hambatan, seperti peraturan-peraturan daerah yang sering kali kurang memberikan ruang bagi UMKM untuk berkembang.

Berangkat dari berbagai masalah, tantangan, peluang, dan hambatan tersebut. Maka dalam pengembangan koperasi dan UMKM, pemerintah telah menetapkan arah kebijakannya. Makna yang tersirat dan tersurat dalam arah kebijakan pemerintah kepada pengembangan UMKM yang pada intinya ditujukan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing, dan penanggulangan kemiskinan. Oleh karena itu, 6 pilar insentif kebijakan pengembangan UMKM ditujukan dalam rangka mewujudkan keempat hal tersebut melalui pilar pertama, menumbuhkan iklim usaha yang kondusif. Pilar kedua, meningkatkan akses pada sumber daya finansial. Pilar ketiga, meningkatkan akses pasar. Pilar keempat, meningkatkan kewirausahaan dan kemampuan UMKM. Pilar kelima, pemberdayaan usaha skala mikro. Pilar keenam, peningkatan kualitas kelembagaan koperasi dan UMKM.

Pemerintah tidak mungkin sendirian dalam mengembangkan UMKM. Keterlibatan berbagai pihak *stakeholders*, termasuk perusahaan

besar dalam pengembangan UMKM menjadi sangat penting. Kehadiran dan kepedulian perusahaan besar melalui program CSR telah terbukti banyak membantu dalam pengembangan UMKM di banyak negara di dunia. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR ini dapat dilakukan dalam berbagai pola, seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, bahkan perkuatan permodalan bagi usaha mikro dan kecil. Bentuk program CSR lainnya adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM di Indonesia.

Saran

Untuk pemerintah guna mempercepat program CSR, beberapa upaya yang perlu dilakukan adalah :

1. Pemerintah harus mengeluarkan kebijakan untuk mendorong program CSR bagi pengembangan UMKM, bisa dalam bentuk undang-undang (UU), peraturan presiden (Perpres) atau peraturan menteri (Permen) dan paling sedikit harus mengatur : (a) Tujuan dan sasaran CSR; (b) Penetapan besaran CSR; (c) Hak dan kewajiban perusahaan besar; (d) Hak dan kewajiban UMKM; (e) Penggunaan CSR, dan (f) Peran pemerintah pusat dan daerah dalam mengatur CSR;
2. Setiap kebijakan yang dikeluarkan dikawal dan dilaksanakan dengan penuh komitmen dan konsisten. Mulai dari tingkat pusat sampai daerah;
3. Bagi perusahaan besar yang memberikan kontribusi dan prestasi yang besar dan baik dalam penguatan UMKM. Sebaiknya diberikan penghargaan atau *reward* sehingga mampu menumbuhkan semangat serta gairah. Bagi perusahaan besar lainnya yang kurang menunjukkan prestasinya dalam pengembangan CSR untuk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Suryadharma, (2007). *Kembangkan Lembaga Keuangan Mikro dari Dana CSR* (Wawancara dalam Majalah Bisnis & CSR: *Reference for Decision Maker*).
- _____, (2005). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004-2009 Republik Indonesia*. Jakarta.
- _____, (2006). *Pengukuran dan Analisis Ekonomi Kinerja Penyerapan Tenaga Kerja, Nilai Tambah UKM serta Perannya Menurut Harga Konstan dan Berlaku Tahun 2006*. Kerjasama Badan Pusat Statistik dengan Program Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jakarta.
- Departemen Koperasi dan UKM. (2006). *Peraturan Pemerintah Nomer 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*. Jakarta
- http://bps.go.id/menutab.php?tabel=1&kat=2&id_subyek=35 (diakses pada 12 Agustus 2012 pukul 21:57 wib).
- http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=27:data-umkm&Itemid=93 (diakses pada 11 Agustus 2012 pukul 22:43 wib).