

ISSN : 1412-5331

MAJALAH ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

S O L U S I

Vol. 9 No. 1 Januari 2010

Perbedaan Penggunaan *Discriminant Function* dengan
Multivariate Analysis of Variance (MANOVA) dan
Penerapannya dalam Ilmu Ekonomi
Dyah Nirmala Arum Janie

Pengaruh ROA, EPS, *Current Ratio*, DER dan Inflasi terhadap
Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur
di BEI Periode Tahun 2006-2008)
Widyani Anik, Dian Indriana T.L.

Pentingnya Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Keuangan
Ardiani Ika S

Pengaruh *Procedural Justice* dan *Distributive Justice* terhadap
Tingkat Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal dengan
Self Esteem sebagai Variabel Intervening (Studi Eksperimen)
Andi Irfan

Aplikasi Konsep Dasar Permintaan Pasar terhadap Pemasaran Produk
(Studi Kasus Pemasaran Produk Televisi VCD)
Edy Suryawardana

Identifikasi Indikator Penilaian Kinerja Karyawan untuk
Menyusun Anggaran Berbasis Kinerja (Studi di Universitas
Jenderal Soedirman dalam Rangka Perubahan Status menjadi
Badan Layanan Umum 2010)
Irianing Suparlinah, Puji Lestari

Analisis Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) dan
Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Pemerintah Daerah
Kabupaten/Kota di Propinsi Jawa Tengah
Unun Dian Anggraeni, Yohanes Suhardjo

Efisiensi Market dan Implikasinya
Dian Indriana T.L.

Upaya Mempertahankan UMKM di Tengah Persaingan CAFTA
Evi Nurhidayati, Andy Kridasusila

Kebijakan Perdagangan Internasional Indonesia Menghadapi ACFTA
Dian Prawitasari

SOLUSI

Mengkaji masalah-masalah sosial, ekonomi dan bisnis
Terbitan 3 bulan sekali
(Januari, April, Juli, Oktober)

Penerbit :
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Pelindung :
Rektor Universitas Semarang

Penanggungjawab .
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Dewan redaksi :
Prof. Dr. Pahlawansjah Harahap, SE, ME (USM)
Prof. Dr. Imam Ghozali M.Com, Hons.Akt (UNDIP)
Prof. Supramono SE, MBA, DBA(UKSW)
Prof. Dr. Dra. Sulastris ME. M.kom (UNISRI)
Dr. Ir. Kesi Widjajanti SE MM (USM)

Redaktur Pelaksana :
Andy Kridasusila SE MM
Ardiani Ika S., SE MM Akt
Adijati Utaminingsih SE MM

Sekretaris Redaksi :
Amerti Irvin Widowati SE MSi Akt

Tata Usaha :
Ali Arifin

Alamat Penerbit/Redaksi :
Jl. Soekarno Hatta (Tlogosari)
Telp. (024) 6702757, Fax. (024) 6702272
SEMARANG – 50196

Terbit Pertama kali : Juli 2002

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, tatkala kami dapat hadir rutin setiap 3 bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru di bidang ilmu ekonomi baik manajemen, akuntansi maupun studi pembangunan.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan banyak terima kasih kepada pembaca, pengirim artikel yang antusias untuk melakukan tukar pikiran dan berkomunikasi melalui media ini. Sekiranya hal ini dapat dipertahankan, maka selain kehadiran kami akan selalu dapat terlaksana dengan tepat waktu dan artikel yang beragam, wawasan pembaca juga akan semakin luas.

Penerbitan majalah ilmiah SOLUSI kali ini menghadirkan 10 (sepuluh) artikel yang telah kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan artikel-artikel ini dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan kami terhadap dunia ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu ekonomi bagi pengembangan organisasi swasta maupun institusi pemerintahan Negara Republik Indonesia.

Hormat kami,

Redaksi

SOLUSI

Vol. 9 No. 1 Januari 2010

ISSN : 1412-5331

DAFTAR ISI

1. Perbedaan Penggunaan *Discriminant Function* dengan *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA) dan Penerapannya dalam Ilmu Ekonomi 1 - 12
Dyah Nirmala Arum Janie
2. Pengaruh ROA, EPS, *Current Ratio*, DER dan Inflasi terhadap *Return Saham* (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2006-2008) 13 - 28
Widyani Anik, Dian Indriana T.L.
3. Pentingnya Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Keuangan 29 - 40
Ardiani Ika S
4. Pengaruh *Procedural Justice* dan *Distributive Justice* terhadap Tingkat Eskalasi Komitmen dalam Penganggaran Modal dengan *Self Esteem* sebagai Variabel Intervening (Studi Eksperimen) 41 - 47
Andi Irfan
5. Aplikasi Konsep Dasar Permintaan Pasar terhadap Pemasaran Produk (Studi Kasus Pemasaran Produk Televisi VCD) 49 - 56
Eay Suryawardana
6. Identifikasi Indikator Penilaian Kinerja Karyawan untuk Menyusun Anggaran Berbasis Kinerja (Studi di Universitas Jenderal Soedirman dalam Rangka Perubahan Status menjadi Badan Layanan Umum 2010) 57 - 68
Irianing Suparlinah, Puji Lestari
7. Analisis Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Propinsi Jawa Tengah 69 - 81
Unun Dian Anggraeni, Yohanes Suhardjo
8. Efisiensi Market dan Implikasinya 83 - 93
Dian Indriana T.L.
9. Upaya Mempertahankan UMKM di Tengah Persaingan CAFTA 95 - 101
Evi Nurhidayati, Andy Kridasusila
10. Kebijakan Perdagangan Internasional Indonesia Menghadapi ACFTA 103 - 108
Dian Prawitasari

PEDOMAN PENULISAN NASKAH

Upaya Mempertahankan UMKM di Tengah Persaingan CAFTA

Oleh :

Evi Nurhidayati

Andy Kridasusila

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Abstrak

Dengan adanya *Free Trade Area*, Indonesia perlu mengidentifikasi berbagai dampak dari persaingan CAFTA terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia, serta apa saja upaya yang bisa dilakukan untuk dapat mempertahankan UMKM di tengah persaingan CAFTA. Metode penulisan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pendekatan literatur. Pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur pada buku teks, artikel media massa, dan penjelajahan on-line. Berbagai dampak negatif dari persaingan CAFTA terhadap sektor UMKM, diantaranya terhadap sektor pertanian seperti buah-buahan, kerajinan, furniture, serta konveksi. Sedangkan dampak positif dari pelaksanaan CAFTA adalah terbukanya peluang yang lebih besar bagi sektor UMKM untuk meraih pasar ASEAN dan China. Beberapa solusi yang dapat dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan UMKM di tengah persaingan CAFTA adalah melalui perbaikan internal UMKM dan juga dukungan dari pemerintah dan masyarakat.

Key words: UMKM, persaingan CAFTA

Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sumber kekuatan perekonomian Indonesia. Selain itu, UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisor pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Salah satu buktinya adalah pada saat terjadi Krisis Finansial Global pada tahun 2008 yang lalu, sektor UMKM terbukti tangguh dalam menopang perekonomian Indonesia. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga mampu menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Berdasarkan data statistik UMKM yang terangkum dalam *web site* Departemen Koperasi dan UKM RI, peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja pada tahun 2007 tercatat sebesar 88.739.744 orang atau 96,95 % dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Sedangkan pada tahun 2008, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 90.896.270 orang atau 97,04 % dari total penyerapan tenaga kerja yang ada, jumlah ini meningkat sebesar 2,34 % atau 2.156.526 orang dibandingkan tahun 2007. Kemudian, pada tahun 2007, UMKM memiliki peran penciptaan PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp 2.105,14 triliun atau 56,23 %. Sedangkan pada tahun 2008, peran UMKM terhadap penciptaan PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp 2.609,36 triliun atau 55,56 % dari total PDB nasional, mengalami perkembangan sebesar Rp 504,23 triliun atau 23,95 % dibanding tahun 2007. Selanjutnya, kontribusi UMKM terhadap pembentukan total nilai ekspor nasional pada tahun 2007 tercatat sebesar Rp 143,01 triliun atau 16,01 %. Sedangkan pada tahun 2008, peran UMKM terhadap pembentukan total nilai ekspor nasional mengalami peningkatan sebesar Rp 40,75 triliun atau 28,49 % yaitu dengan tercapainya angka sebesar Rp 183,76 triliun atau 16,72 % dari total nilai ekspor nasional.

Prospek yang cerah dari UMKM ternyata harus berhadapan dengan komitmen pemerintah terhadap berbagai kesepakatan perdagangan bebas seperti perdagangan bebas multilateral (WTO), regional yakni China-ASEAN *Free Trade Agreement* atau CAFTA, kerjasama informal APEC, dan juga ASEAN *Economic Community* (AEC). Kemudian, ketika kesepakatan perdagangan bebas ini mulai diterapkan, berbagai dampak negatif mulai dirasakan oleh berbagai kalangan. Khususnya kalangan industri UMKM. Salah satu kesepakatan yang sudah diterapkan sejak dua bulan lalu, yakni CAFTA, telah menimbulkan bermacam reaksi di kalangan masyarakat. Di Bali, perajin dupa (alat

kelengkapan ibadah) mengeluh karena masuknya dupa dari China. Di Pasar Tanah Abang Jakarta, terdapat *sweeping* kain produk China. Di Yogyakarta, pejabat Dinas Perdagangan mengisyaratkan agar masyarakat pedagang dan petani meningkatkan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk-produk China, termasuk buah-buahan.

Menurut Aria Bima, Wakil Ketua komisi VI DPR (Perdagangan, Perindustrian, dan BUMN), dalam Harian Suara Merdeka pada tanggal 16 Januari 2010 menjelaskan bahwa CAFTA yang telah berlaku sejak 1 Januari 2010 memiliki efek domino yang sangat luar biasa. Dampaknya tidak hanya sementara, tetapi bersifat permanen dan dalam jangka panjang. Nilai kerugiannya bisa puluhan bahkan ratusan triliun rupiah. Selain itu, dampak negatifnya juga dapat membuat industri nasional menjadi bangkrut, pemutusan hubungan kerja (PHK), angka pengangguran membesar, dan menurunnya tingkat kesejahteraan rakyat. UMKM sebagai industri yang berprospek cerah ternyata masih memiliki berbagai kelemahan di berbagai sisi. Setidaknya terdapat lima kelemahan dalam UMKM, yakni kelemahan dalam mengakses pasar, kelemahan dalam akses teknologi, kelemahan dalam akses modal, kelemahan dalam manajemen perusahaan, dan kelemahan SDM.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka diperlukan upaya-upaya cerdas dan kreatif untuk dapat mempertahankan UMKM dari berbagai kendala, khususnya dalam persaingan CAFTA seperti saat sekarang ini. Upaya-upaya cerdas dan kreatif tersebut antara lain dengan berbagai pembenahan serta perbaikan di dalam internal setiap UMKM serta dengan dukungan dari faktor eksternal UMKM seperti pemerintah dan masyarakat. Pemerintah berperan dalam menetapkan berbagai kebijakan yang akan bermanfaat dan memihak industri UMKM, sedangkan masyarakat berperan dalam mewujudkan nasionalisme ekonomi.

Tinjauan UMKM

Menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), definisi UMKM yaitu:

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.

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. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.

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 lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00. (www.depkop.go.id)

Sekarang ini banyak jenis usaha UMKM di Indonesia, tetapi secara garis besar dikelompokkan dalam 4 kelompok:

1. Usaha Perdagangan

Keagenan: agen koran/majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain; Pengecer: minyak, kebutuhan pokok, buah-buahan, dan lain-lain; Ekspor/Impor: produk lokal dan internasional; Sektor informal: pengumpul barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain.

2. Usaha Pertanian

Meliputi Perkebunan: pembibitan dan kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain; Peternakan: ternak ayam petelur, susu sapi; dan Perikanan: darat/laut seperti tambak udang, kolam ikan, dan lain-lain.

3. Usaha Industri

Industri Makanan/Minuman; Pertambangan; Pengrajin; Konveksi, dan lain-lain.

4. Usaha Jasa

Jasa Konsultan; Perbengkelan; Restoran; Jasa Konstruksi; Jasa Transportasi, Jasa Telekomunikasi; Jasa Pendidikan, dan lain-lain. (Adi, 2007)

Tinjauan Persaingan CAFTA

CAFTA adalah *China-ASEAN Free Trade Agreement*, atau kawasan perdagangan bebas China-ASEAN. CAFTA mulai diberlakukan sejak 1 Januari 2010. Melalui kesepakatan ini, maka barang-barang antar negara-negara di China dan ASEAN akan saling bebas masuk dengan pembebasan tarif hingga nol %. CAFTA pertama kali disepakati pada November 2001 dalam KTT ASEAN ke-7 di Bandar Sri Begawan-Brunei Darussalam. Ketika itu, ASEAN menyetujui pembentukan CAFTA dalam waktu sepuluh tahun yang dirumuskan dalam *ASEAN-China Framework Agreement on Economic Cooperation* yang disahkan pada KTT ASEAN berikutnya di Phnom Penh-Kamboja, pada November 2002.

Anne Krueger, *first deputy managing director* Dana Moneter Internasional, dalam kuliah John Bonython yang disampaikan di Australia pada tahun 2000 mendefinisikan globalisasi sebagai: "suatu fenomena di mana agen-agen ekonomi di bagian mana pun di dunia jauh lebih terkena dampak peristiwa yang terjadi di tempat lain di dunia" daripada sebelumnya. Tapi, ada versi teknis yang lebih tepat mengenai proses ini: integrasi kegiatan ekonomi, lintas batas, lewat pasar. Demikianlah, David Henderson, mantan ekonom kepala organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan, mendefinisikan globalisasi sebagai: pergerakan bebas barang, jasa, buruh, dan modal, sehingga menciptakan satu pasar tunggal dalam hal masukan dan keluaran; dan perlakuan bersifat nasional terhadap investor asing (serta warga nasional yang bekerja di luar negeri) sehingga, dari segi ekonomi, tidak ada orang asing. (Wolf, 2007)

Tidak ada aturan baku atau absolut untuk strategi internasionalisasi atau globalisasi yang sempurna. Hal ini karena strategi perusahaan tertentu selalu mendapatkan reaksi balik atau repatriasi dari pesaing yang mencoba bertahan hidup, mempertahankan posisi pasar, atau bahkan menyerang balik. Kendati demikian, ada beberapa perangkat yang harus dihindari oleh perusahaan yang merencanakan untuk memasuki pasar.

1. Memasuki pasar asing dengan berpatokan pada besarnya permintaan.
2. Meremehkan pesaing yang ada.
3. Ekspektasi bahwa konsumen di seluruh dunia mendambakan hal yang sama dan tidak jeli terhadap motivasi konsumen, seringkali membuat perusahaan menggunakan resep suksesnya di pasar lokal tanpa penyesuaian ke pasar internasional.
4. Memasuki pasar luar negeri dengan harga yang tidak tepat.
5. Memasuki pasar tanpa merencanakan proses ekspansi.
6. Salah memilih rekan bisnis.
7. Kehilangan eksklusivitas merek. (Chandra, 2004)

Analisis Masalah

Sejak mulai diterapkannya kesepakatan *China-ASEAN Free Trade Agreement* atau CAFTA pada 1 Januari 2010 lalu, berbagai dampak mulai dirasakan oleh para kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM. Berbagai produk impor semakin banyak dan mudah ditemukan di pasar Indonesia. Mulai dari produk pertanian seperti buah-buahan, berbagai jenis makanan dan minuman, produk konveksi, sepatu, elektronik dan lain-lain. Semua produk tersebut bersaing dengan produk-produk lokal di pasar dengan harga yang cukup murah dijangkau masyarakat luas. Sedangkan sektor UMKM yang notabene sebagai produsen berbagai produk lokal ternyata sebagian besar belum mampu untuk bersaing dengan berbagai produk impor tersebut. Sebagai contoh di Bali, perajin dupa (alat kelengkapan ibadah) mengeluh karena masuknya dupa dari China. Di Pasar Tanah Abang Jakarta, terdapat *sweeping* kain produk China. Di Yogyakarta, pejabat Dinas Perdagangan mengisyaratkan agar masyarakat pedagang dan petani meningkatkan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan produk-produk China, termasuk buah-buahan. Selain itu, produk-produk *furniture* serta keramik Indonesia juga harus bersaing ketat dengan produk-produk China untuk dapat meraih pasar lokal maupun luar negeri.

Sebenarnya, CAFTA juga telah memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian Indonesia, khususnya sektor UMKM. Setidaknya, sektor UMKM jadi memiliki kesempatan yang lebih besar untuk meraih pasar baru di luar negeri. Akan tetapi, jika di pasar dalam negeri saja produk-

produk UMKM sudah mengalami kekalahan oleh produk-produk impor, maka UMKM akan semakin kesulitan untuk bisa memenangkan pasar luar negeri. Ada beberapa hal yang menjadi kelemahan sebagian besar sektor UMKM, kelemahan-kelemahan tersebut yaitu:

1. Faktor Manajemen

Kalangan UMKM di negara kita rata-rata tidak memiliki pengetahuan manajemen yang baik. Mereka seringkali menyatukan keuangan perusahaan dengan keuangan pribadi dan tidak bisa melakukan efisiensi dalam produksi.

2. Faktor Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang berperan dalam UMKM umumnya memang masih kurang handal dan memiliki tingkat produktivitas yang masih rendah. Selain itu, kurangnya pengalaman serta keahlian juga masih banyak ditemukan dalam berbagai bidang UMKM.

3. Faktor Teknologi

Akses teknologi memang merupakan salah satu kelemahan UMKM dan menjadi salah satu hambatan dalam memajukan sektor UMKM. Padahal jika produk UMKM sudah mendapat sentuhan teknologi, tentu akan mudah diterima pasar.

4. Faktor Modal

Akses modal juga merupakan kelemahan sebagian besar UMKM. Meski beberapa waktu belakangan ini, pemerintah melalui berbagai lembaga keuangan dan perbankan sudah mulai banyak memberikan bantuan Kredit Usaha Rakyat atau KUR, tetapi jumlahnya masih belum mencukupi bagi kebutuhan permodalan UMKM di negara kita.

5. Faktor Akses Pasar

Kelemahan akses pasar selama ini merupakan kelemahan yang dialami hampir sebagian besar UMKM di tanah air. Hal ini karena mereka rata-rata kurang memiliki informasi yang lengkap dan rinci terkait pasar mana saja yang bisa ditembus oleh produk yang dihasilkan.

6. Faktor HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)

Selama ini sebagian besar UMKM masih kurang memperhatikan hak cipta produk-produk mereka, sehingga tidak mengherankan kalau pada akhirnya banyak yang menduplikat produk-produk Indonesia.

Selain berbagai kelemahan internal tersebut, UMKM juga mengalami berbagai kendala dari faktor eksternal seperti pemerintah dan masyarakat luas. Pemerintah adalah pihak yang berperan dalam menentukan serta menetapkan berbagai kebijakan ekonomi. Oleh karena itu, jika pemerintah kurang tepat dalam menetapkan suatu kebijakan, maka kondisi sektor UMKM akan semakin terpuruk. Sedangkan dari kalangan masyarakat, mereka juga memiliki peran yang sangat besar terhadap kemajuan UMKM. Selain dalam penyediaan tenaga kerja, peran masyarakat luas juga sangat dibutuhkan dalam pemasaran serta penjualan produk-produk UMKM. Jika dilihat dari hukum ekonomi, maka secara otomatis masyarakat luas akan lebih memilih produk-produk impor yang sebagian besar memiliki jenis yang beragam, murah, dan juga berkualitas, bila dibandingkan dengan produk-produk lokal yang biasa saja. Akan tetapi, secara psikologis, seharusnya masyarakat kita sebagai bangsa Indonesia asli, haruslah lebih mengutamakan untuk membeli produk-produk lokal yang merupakan produk asli buatan Indonesia. Hal ini dilakukan sebagai bentuk dukungan nyata masyarakat kepada para pelaku UMKM di Indonesia, agar sektor UMKM semakin maju, kuat, dan mampu bertahan dari berbagai hambatan dan tantangan.

Ada beberapa langkah penting yang bisa dilakukan oleh para pelaku industri UMKM sebagai langkah perbaikan di semua bidang, yaitu:

1. Perbaikan Manajemen UMKM

Manajemen UMKM harus mulai diperbaiki yakni dengan melakukan administrasi keuangan secara rapi dan tidak mencampur antara keuangan perusahaan dengan keuangan pribadi.

2. Perbaikan Permodalan UMKM

Permodalan UMKM dapat ditingkatkan melalui pengajuan kredit kepada beberapa bank seperti BRI, BNI, Bank Danamon, Bank Bukopin, BII, maupun bank yang lain. Selain itu, permodalan UMKM juga bisa diupayakan melalui investasi dari jaringan kemitraan yang dimiliki oleh setiap *owner* UMKM.

3. Perbaikan SDM UMKM

- Profesionalisme dari sumber daya manusia pada UMKM harus mulai ditingkatkan, baik dari segi keahlian maupun pengalaman. Sebagai langkah perbaikan ini, maka diperlukan berbagai pelatihan dan pembinaan tentang apa saja yang berkaitan dengan UMKM.
4. **Perbaikan Teknologi UMKM**
Perbaikan teknologi dalam UMKM sangat diperlukan sebagai bentuk peningkatan kualitas dan juga kuantitas produk-produk UMKM. Selain itu, jika setiap produk UMKM sudah menggunakan teknologi yang canggih, maka hal ini juga akan semakin menarik minat pasar untuk membeli.
 5. **Berorientasi Ekspor**
Selama ini UMKM di negara kita belum banyak yang memanfaatkan peluang ekspor ke luar negeri. Oleh karena itu, adanya CAFTA harus dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh UMKM untuk meraih pasar luar negeri.
 6. **Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Produk**
Kualitas dan kuantitas produk-produk UMKM harus mulai ditingkatkan baik dari segi teknologi maupun dari *brand* atau merek, serta dari segi *finishing touch*. Jika produk UMKM akan *go international*, maka diperlukan suatu merek internasional juga. Hal ini sebagai langkah pencitraan produk-produk UMKM yang berkualitas dan berkarakter.
 7. **Inovasi dan Kreativitas**
Inovasi dan kreativitas tinggi sangat diperlukan dalam proses produksi, karena hal ini akan sangat berdampak terhadap kualitas produk UMKM. Jika produk UMKM memiliki daya inovasi dan kreativitas yang tinggi, maka produk UMKM pun akan sangat mudah diterima oleh pasar.
 8. **Diferensiasi Produk**
Diferensiasi produk sangat diperlukan oleh UMKM. Hal ini dilakukan untuk memenuhi selera pasar yang sangat beragam. Apabila sektor UMKM tidak dapat memenuhi permintaan pasar, maka hal ini akan sangat merugikan sekali. Jadi, kesempatan pasar bebas yang ada seperti sekarang ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk dapat mengetahui berbagai selera pasar dan hasilnya dapat digunakan dalam proses diferensiasi produk-produk UMKM.
 9. **Meningkatkan Efisiensi Produksi**
Efisiensi produksi dapat diraih jika proses produksi dilakukan oleh para tenaga kerja yang ahli dan juga menggunakan teknologi yang tinggi. Jika efisiensi produksi dapat diraih dengan maksimal, maka hal ini juga akan dapat menurunkan harga produk di pasar.
 10. **Meningkatkan Promosi Produk di Luar Negeri**
Promosi produk-produk UMKM di luar negeri sangat diperlukan untuk mengenalkan kepada pasar di luar negeri tentang berbagai produk-produk UMKM kita yang beragam. Promosi dapat dilakukan melalui kerjasama dengan pemerintah maupun jaringan di luar negeri. Bentuk-bentuk promosi seperti membuat sebuah pameran produk-produk UMKM dalam rangka kunjungan presiden ke luar negeri atau juga dengan mengadakan sebuah *Indonesian Expo* di luar negeri.

Bentuk-bentuk dukungan yang bisa dilakukan pemerintah kepada UMKM adalah sebagai berikut :

1. **Perlindungan**
Perlindungan terhadap UMKM bisa dilakukan melalui berbagai kebijakan pemerintah yang berpihak terhadap sektor UMKM. Misalnya, dengan mengharuskan Standar Nasional Indonesia (SNI) terhadap setiap produk impor yang datang ke Indonesia.
2. **Permodalan**
Meski pemerintah sudah banyak memberikan bantuan permodalan terhadap UMKM melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), tetapi jumlahnya masih belum mencukupi terhadap kebutuhan permodalan UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, penambahan porsi dalam RAPBN untuk program KUR, harus ditingkatkan.
3. **Pembinaan dan Pendampingan**
Pembinaan sangat perlu dilakukan oleh pemerintah, terutama untuk menambah keahlian para pelaku usaha UMKM, meningkatkan profesionalisme, kreativitas, dan inovasi mereka. Sedangkan pendampingan dilakukan untuk mengawasi jalannya usaha pada UMKM.
4. **Perbaikan Infrastruktur**
Perbaikan infrastruktur harus segera dilakukan karena untuk memperlancar transportasi dan lalu lintas perdagangan di dalam negeri. Oleh karena itu, meski porsi untuk infrastruktur hanya sekitar

15-17 % dari keuangan negara, setidaknya pemerintah dapat segera melakukan percepatan dalam pembangunan infrastruktur ini.

5. Reformasi Birokrasi

Reformasi birokrasi juga harus benar-benar diimplementasikan dalam semua departemen. Meski pemerintah sudah mencanangkan program reformasi birokrasi, tapi tetap saja masih banyak ditemui oknum-oknum yang memanfaatkan kepentingan masyarakat demi keinginan pribadi.

6. Penghapusan Pungutan Liar

Pemerintah juga harus menghapus dan menutup semua celah bagi terciptanya pungutan liar dalam birokrasi dan pelabuhan.

7. Penciptaan Budaya Ekspor

Penciptaan budaya ekspor ini bisa dilakukan pemerintah melalui program pembinaan dan pendampingan UMKM. Hal ini sangat penting dilakukan untuk memanfaatkan peluang perdagangan bebas seperti saat ini.

Bentuk dukungan masyarakat terhadap UMKM adalah dengan menumbuhkan semangat Nasionalisme Ekonomi. Jika perjuangan bangsa Indonesia pada tahun 1900-an adalah perjuangan melalui peperangan fisik, maka di tahun 2000-an ini perjuangan bangsa Indonesia adalah melalui pemikiran. Tetapi, yang tidak boleh dilupakan adalah tentang persatuan dan kesatuan bangsa, dan untuk itu diperlukan suatu semangat nasionalisme dalam ekonomi. Hal ini adalah bentuk nyata dari dukungan masyarakat terhadap produk-produk asli Indonesia yang tidak boleh kalah oleh produk-produk impor.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan tentang UMKM dan persaingan CAFTA di atas, maka

1. Dampak negatif persaingan CAFTA bagi sektor UMKM yaitu berbagai sektor usaha seperti pertanian, kerajinan, *furniture*, dan konveksi mengalami kesulitan dalam menarik minat pasar di dalam negeri. Sedangkan dampak positif dari persaingan CAFTA bagi UMKM adalah terbukanya peluang yang lebih besar bagi sektor UMKM untuk meraih pasar di luar negeri.
2. Upaya-upaya yang bisa dilakukan sebagai langkah untuk mempertahankan UMKM di tengah persaingan CAFTA yaitu melalui perbaikan internal UMKM seperti perbaikan manajemen dan kualitas SDM. Sedangkan untuk perbaikan dari faktor eksternal UMKM yaitu melalui dukungan pemerintah dan juga masyarakat.

Saran

Saran untuk pengembangan UMKM dengan adanya CAFTA, yaitu:

1. Perbaikan UMKM harus dilakukan dengan cepat dan menyeluruh. Hal ini tentu saja harus dilakukan melalui kerjasama yang baik dan kuat antara pemerintah dan para pelaku usaha UMKM. Pemerintah harus segera membantu permodalan UMKM, melakukan pembinaan dan pendampingan, kemudahan dalam proses perijinan ekspor, upaya penurunan pajak ekspor serendah mungkin, penghapusan pungutan liar, serta melakukan reformasi birokrasi dengan sebenar-benarnya.
2. Nasionalisme Ekonomi hendaknya ditindaklanjuti melalui program baru pemerintah untuk menumbuhkan semangat nasionalisme ekonomi bangsa Indonesia. Program ini bisa dilakukan melalui kampanye di media massa dan juga melalui sekolah atau pun instansi pemerintah.

Daftar Pustaka :

- Adi, M. Kwartono. 2007. **Analisis Usaha Kecil dan Menengah**. ANDI, Yogyakarta
- Chandra, Gregorius, Fandy Tjiptono, dan Yanto Chandra. 2004. **Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi**. ANDI, Yogyakarta
- Moleong, Rxy. 2007. **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Rosda, Bandung
- Statistik UKM 2007-2008, [http:// depkop.go.id](http://depkop.go.id)
- Suara Merdeka, 16 Januari 2010. **ACFTA Lebih Berbahaya ketimbang Kasus Century**, hlm. 6.
- Sugeng, Bambang. 2003. **How AFTA Are You?: A Question to Entrepreneurs Who Act Locally but Think Globally**. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tambunan, Tulus T. H. 2003. **Perekonomian Indonesia: Beberapa Permasalahan Penting**. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Wolf, Martin. 2007. **Globalisasi: Jalan Menuju Kesejahteraan**. Terjemahan oleh Samsudin Berlian. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta