

VOL.I NO.1 JULI - DESEMBER 2010

ISSN: 2086-9789



Jurnal KEWIRAUSAHAAN

LEMBAGA PENELITIAN, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DAN KERJASAMA (LP2MK)
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA



Jurnal KEWIRAUSAHAAN

DAFTAR ISI

	Halaman
Sekapur Sirih	i
Daftar Isi	ii
Analisis Pengaruh Kegiatan Berwirausaha Mandiri Mahasiswa terhadap Kedewasaan Berpikir Ekonomi: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta	1-9
<i>Ade Suherlan</i>	
Peluang Dan Tantangan Usaha Kecil & Menengah (UKM) Dalam Perekonomian Indonesia	10-15
<i>Bernard Hasibuan, Ninin Gusdini</i>	
Permasalahan Modal Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Dan Usaha Kecil Di Kecamatan Pasar Rebo Jakarta Timur)	16-28
<i>Miswan</i>	
Kajian Tentang Dampak Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Sikap dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta	29-38
<i>Susilo Utomo & Titin Astuti</i>	
Kajian Efektivitas Dan Faktor-Faktor Penyaluran Kredit Dalam Pembiayaan Industri Kecil dan Menengah Pangan Oleh Bank	39-50
<i>Didik Joko Pursito , Endang Wulandari, Siti Chairiyah Batubara</i>	
Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Selling Terhadap Peningkatan Penjualan	51-64
<i>Titi Widaningsih</i>	
Aplikasi Data Penginderaan Jauh Dan SIG Untuk Analisis Bentuk Wilayah Administrasi Studi Kasus : Desa Cibatok Kabupaten Bogor	65-75
<i>Dwi Nowo Martono</i>	
Scenarios For Managing Upper Stream of Ciliwung Watershed to Ensure Sustainability Using Dynamic System Model	76-84
<i>Indarti Komala Dewi, Kholil</i>	
Demographic Aspectss : The Missing Source of Business Opportunities (A Case Study in Depok District Demography, West Java)	85-93
<i>Aris Budi Setyawan, Ichwan Suyudi</i>	
Biodata Penulis	
Pedoman Penulisan Naskah	

TANTANGAN DAN PELUANG UKM DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

Bernard Hasibuan dan Ninin Gusdini

Dosen Teknik Industri dan Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Universitas Sahid Jakarta

Abstract

SMEs in two times of economic crisis (in 1998 and 2009) has proven its resilience as one of the driving force of the Indonesian economy. This proves that SMEs have great opportunities to be developed and become the focus of the businessman. Yet on the way SMEs have not got a very special place from various Government policies. So far the development of SMEs have not yet reached the optimal expected. Though flexibility of SMEs in their business and drive wheels tend to follow local wisdom to provide more flexibility in the innovation that provides huge opportunities in competing. But most SMEs are still managed in a simple so disclosure of information there is little they can absorb. This can be overcome by any interference from the government that is more aligned to SMEs.

Keywords: SMEs, the economic crisis, opportunity, the Indonesian economy, the government

A. PENDAHULUAN

1. UKM dalam Pandangan

Tantangan dan peluang merupakan dua hal yang selalu bergandengan dan keduanya selalu melekat pada dunia usaha. Tantangan akan menghasilkan pesimisme di pihak yang satu dan optimisme di pihak yang lain. Optimisme inilah yang membuahkan kreativitas, dinamika, inovasi, produktivitas dan persiapan. Dengan persiapan inilah yang akan merubah tantangan menjadi peluang. Apabila persiapan yang matang bertemu dengan peluang maka akan menghasilkan sukses yang besar. Oleh karena itu agar UKM dapat meraih sukses yang besar maka harus melakukan persiapan-persiapan yang matang dibidang SDM,

manajemen dan kemampuan teknologi agar mampu menghadapi peluang sekaligus tantangan yang besar dalam menghadapi era perdagangan bebas.

2. Tantangan yang Dihadapi UKM

- a. Krisis ekonomi yang dihadapi masyarakat telah menyebabkan turunnya daya beli dan produksi, yang gilirannya menyebabkan masyarakat tidak mampu memenuhi kebutuhan pokoknya. Menurunnya daya saing menyebabkan juga mundurnya usaha masyarakat karena berkurangnya konsumen.
- b. Pemusatan aset ekonomi/ sektor ekonomi tertentu ditangan kelompok tertentu masyarakat (masih berkembangnya monopoli

bisnis) dalam struktur ekonomi Indonesia. Pemusatan ini menyebabkan bergantungnya ekonomi nasional terhadap sekelompok kecil masyarakat tersebut, sehingga mudah sekali menggoyang perekonomian nasional jika kelompok tersebut mengalami kendala.

- c. Perekonomian nasional yang tidak mandiri, yang selalu bergantung kepada luar negeri, baik berupa pinjaman maupun investasi luar negeri yang menyebabkan lemahnya sektor pemodal di Indonesia. Tantangan di masa yang akan datang adalah mengusahakan peningkatan tabungan nasional secara signifikan sehingga mempunyai basis pemodal yang cukup kuat dalam investasi.
- d. Adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat antara pelaku-pelaku ekonomi yang menyebabkan tidak efisiennya ekonomi nasional. Persaingan yang tidak sehat ini juga menimbulkan kesulitan munculnya usaha-usaha baru karena kecenderungan terciptanya penghalang (*barrier*). Hal ini merupakan salah satu penyebab sulit berkembangnya UKM, karena keterbatasan SDM dan kemampuan mereka untuk menghadapi persaingan tersebut.
- e. Sebagian kecil masyarakat mendapatkan akses melakukan penguasaan industri dari hulu

sampai ke hilir. Hal ini menyebabkan pengambilan keputusan ekonomi oleh segelintir orang tetapi akan menyebabkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Kondisi demikian hanya menyisakan sedikit peluang bisnis bagi UKM.

Tantangan-tantangan yang tersebut diatas merupakan PR untuk kita semua, jika kita berkomitmen untuk memandirikan UKM dan mengimplementasikan UKM tersebut dalam perekonomian nasional.

B. PEMBAHASAN

1. Peluang UKM dalam Perekonomian Nasional

Memasuki era global, telah muncul berbagai blok-blok perdagangan diberbagai kawasan di dunia. Indonesia termasuk salah satu negara di ASEAN yang pada tahun 2003 akan dimulai perdagangan bebas di wilayah tersebut yang disebut AFTA (*ASEAN Free Trade Agreement*). Dalam hal ini, suka tidak suka, mau tidak mau, akan berpengaruh terhadap ekonomi nasional Indonesia. Oleh karena itu kita tidak dapat menutup diri dari perubahan-perubahan yang ada didunia dan harus mempersiapkan diri agar pengaruh yang diterima tidak berdampak buruk bagi perekonomian dalam negeri terutama untuk pengusaha-pengusaha kecil dan menengah. Untuk itu mulai dari sekarang UKM diharapkan dapat meningkatkan SDM dan kemampuan management serta daya serap terhadap

teknologi baru agar nantinya mampu bersaing dengan pengusaha-pengusaha luar.

Belum lagi kita menghadapi era perdagangan bebas di ASEAN, negara kita mengalami krisis moneter dan meluas menjadi krisis ekonomi berkepanjangan dan akhirnya menjadi krisis kepercayaan. Kondisi ini mempersulit para pengusaha dalam menggerakkan usaha mereka, termasuk pengusaha UKM. Namun demikian, dalam kondisi sulit seperti ini pun masih ada peluang usaha, yaitu :

- a. Usaha yang berorientasi pada ekspor
- b. Usaha yang berbasis bahan baku domestik
- c. Agroindustri/bisnis, kecuali yang berbahan baku import
- d. Substitusi barang import

Dalam kondisi demikian UKM diharapkan dapat mengisi sektor-sektor usaha tersebut, sehingga mereka dapat bersaing dan tetap survive. Sayangnya kondisi UKM saat ini belum optimal, terutama dalam bidang SDM. Kondisi tersebut harus segera diperbaiki terutama untuk memenangkan persaingan. Kunci dalam memenangkan persaingan adalah peningkatan produktifitas dan efisiensi. Untuk itu maka UKM harus mempersiapkan diri antara lain dengan menghasilkan produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi agar memiliki pangsa pasar, serta bergerak dan berkonsentrasi dalam satu jenis produk. Kegiatan tersebut juga harus mampu menangkap peluang usaha yang

berbasis sumberdaya setempat (*resources base*) terutama yang berpeluang ekspor seperti jenis usaha yang direkomendasikan di atas.

Selain dari peluang usaha bagi UKM yang telah disampaikan sebelumnya di atas, ada beberapa aspek yang merupakan kekuatan dari UKM yang sangat mendukung kemandirian dan implementasi UKM dalam perekonomian Indonesia, aspek tersebut antara lain adalah:

- a. Kebebasan bertindak
Usaha kecil dan menengah memiliki keluwesan dalam berusaha, perubahan-perubahan yang terjadi, baik yang menyangkut tuntutan konsumen/pasar atau kondisi global dapat dengan cepat disesuaikan, ini tidak dapat dilakukan oleh pengusaha besar dalam waktu yang singkat mengingat skala usaha mereka yang besar juga segmen pasar mereka yang luas. Apabila sifat ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya maka tidak menutup kemungkinan produk UKM ini akan sangat digemari oleh konsumen karena dapat segera menyediakan tuntutan dan kebutuhan mereka.

- b. Menyesuaikan pada Kebutuhan Setempat
Kebanyakan dari pemilik usaha kecil dan menengah adalah penduduk yang berdiam /berlokasi dalam wilayah yang mereka layani. Karena itu para pengusaha tersebut dapat dengan baik menilai kebutuhan-kebutuhan dari

masyarakat sekitar. Para pengusaha kecil memiliki hubungan yang erat dengan para pelanggannya dan para pekerjanya sehingga kecerdasan tersebut dapat mendukung inovasi-inovasi dalam mendiversifikasi produk sesuai dengan tuntutan pasar/konsumen.

c. Berperan serta dalam kegiatan

Pada perusahaan-perusahaan kecil memberikan kesempatan yang luas kepada pemilik untuk berperan serta dalam manajemen. Iklim usaha pada UKM sebagian besar bersifat kekeluargaan karena dari kepemilikan usaha tersebut juga sebagian besar adalah milik keluarga, hal ini menyebabkan rasa kepemilikan yang besar dari tiap-tiap pekerja sehingga mereka turut merasa bertanggung jawab terhadap kelangsungan usaha tersebut.

2. Kendala UKM dalam Masa Krisis

Dalam menjalankan aktivitas usahanya, UKM banyak dihadapi berbagai persoalan terutama pada saat-saat krisis ekonomi melanda Indonesia (sejak 1998). Untuk melakukan upaya peningkatan dan pengembangan usaha agar dapat lebih efektif dan tepat sasaran, maka perlu memahami gambaran seberapa banyak mereka mengalami kesulitan. Tanpa diketahui permasalahannya, maka upaya yang akan dilakukan dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan mungkin tidak dapat dijalankan dengan efektif dan efisien.

Selama masa krisis di tahun 1998 menurut data BPS sekitar 49.06% dampak dari krisis dapat diatasi dan hanya 25.89% yang mengatakan belum teratasi, sedangkan sebagian (18.49%) lagi mengatakan dampak krisis tidak berpengaruh pada usaha yang mereka jalani. Bahkan 1.89% mengalami peningkatan setelah adanya krisis.

Jika dilihat dari wilayah, pada umumnya lebih dari 50% mengatakan bahwa dampak krisis dapat diatasi, sedangkan pada pulau Jawa, Bali dan Nusatenggara UKM yang dapat mengatasi dampak krisis kurang dari 50%. Dampak krisis yang belum teratasi sekitar (20-27)% setiap pulaunya.

Gambaran kesulitan yang dialami kelompok industri ini dari tahun ke tahun diyakini tidak jauh berbeda. Hampir tidak pernah dijumpai UKM yang terbebas dari berbagai kesulitan yang dapat menghambat usahanya. Jenis kesulitan yang mendasar yang sering dialami oleh UKM adalah kesulitan pemodal, bahan baku dan pemasaran.

Selama krisis, 29.86% UKM mengalami kesulitan dalam pengadaan bahan baku/suku cadangan sisanya tidak mengalami kesulitan. Dari 29.86%, kesulitan diakibatkan karena kenaikan harga yang tinggi, pasokan bahan baku yang berkurang dan kesulitan dalam distribusi dan transportasi.

Selain itu kesulitan yang mereka hadapi adalah berkaitan dengan

pemodalan (29.82%). Dalam menghadapi kesulitan modal lancar, sebanyak 38.16% meminjam dari keluarga, 36.31% pinjam dari perorangan, 10.66% pinjam dari Bank, 5.09% pinjam ke koperasi, 4.75% pinjam ke lembaga non Bank dan sisanya 0.46% mengatasi kesulitan dengan modal ventura.

Begitu sedikitnya pengusaha yang mengatasi kesulitan modal lancar melalui Bank, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu memang tidak berminat meminjam di Bank (27.44%), tidak memiliki agunan (24.25%), tidak mengetahui prosedur peminjaman di Bank (18.17%), suku bunga yang terlalu tinggi (17.35%) dan prosedur peminjaman yang sulit (12.79%). Faktor-faktor tersebut diatas merupakan cerminan kurangnya informasi berkaitan dengan pinjaman di Bank. Kendala dalam informasi ini sering dijumpai dalam permasalahan UKM, oleh karena itu pembinaan dalam transfer informasi sangat diperlukan.

Dalam hal pemberian kompensasi kepada pekerja (upah) selama krisis ada 83.76% tidak mengalami kesulitan dan sisanya 16.24% mengalami kesulitan. Penyebab kesulitan tersebut antara lain adalah pendapatan perusahaan yang menurun, kenaikan UMR, dan tenaga kerja yang terlalu banyak. Sedangkan dalam masalah pemasaran 71.16% tidak mengalami kesulitan pemasaran, dan sisanya 28.84% mengalami kesulitan pemasaran. Penyebab utama kesulitan tersebut adalah permintaan yang

menurun, ketidak mampuan dalam menjual sesuai dengan harga pasar, dan ketidak mampuan bersaing dalam hal kualitas dan pelayanan.

Langkah-langkah perbaikan yang dilakukan untuk menghadapi masalah pemodalan adalah menurunkan kapasitas produksi (47.73%), penggantian bahan baku/suku cadang (39.69%), penggantian barang modal (25.35%) dan pengurangan barang modal (4.99%). Sedangkan perbaikan untuk masalah operasional dan pemasaran adalah kebijakan harga (79.10%), kebijakan penjualan (53.67%), kebijakan pemasaran (36.34%), pengurangan biaya operasional (30.42%), penghematan energi (26.54%) dan penghematan telephone (7.67%). Dalam hal kepegawaian langkah-langkah yang diambil adalah melakukan pengurangan hari kerja (62.37%), pengurangan jam kerja (60.68%), PHK pekerja (10.19%), pengurangan gaji/insentif (7.76%) dan merumahkan pegawai (6.10%).

C. KESIMPULAN

Mengingat penting dan strategisnya UKM, serta memperhatikan tantangan dan peluang tersebut diatas dalam memberdayakan ekonomi rakyat maka perlu menumbuhkan iklim usaha yang kondusif serta bersama-sama pengusaha melakukan pengembangan dan pembinaan. Dalam rangka menumbuhkan iklim yang kondusif ada beberapa aspek yang perlu menjadi perhatian, yaitu pendanaan, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan,

investasi, perizinan dan perlindungan. Sedangkan didalam pembinaan dan pengembangan UKM beberapa bidang yang menjadi target yaitu peningkatan SDM, manajemen (pemodalan, dan pemasaran) , teknologi dan dukungan pemerintah berkaitan dengan perizinan, pemodalan dan kerjasama. Apabila ini di kelola dan diciptakan dengan baik maka niscaya UKM nasional kita akan mandiri dan mampu mendukung perekonomian nasional secara signifikan dan mampu bersaing di pasar global.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad A, Azis I . *Perkembangan dan Prospek Ekonomi Indonesia*. 1999. PT. Gramedia. Indonesia
- _____. *Usaha Kecil dan Menengah dalam Angka*. 1990 - 2006. BPS. Indonesia.
- Soesastro H, Aswi Cahyono. *Teknologi dan Strategi Meraih Keunggulan Komparatif*. 1995. UI Press. Indonesia.
- Soetoro R. 2001. *Ekonomi dan Pembangunan Masa Krisis*. PT. Karyaadhi. Indonesia
- Nasution, A., 2003, *Strategi Pembangunan Ekonomi Baru*, Makalah Dipresentasikan pada Kongres ISEI XV di Malang.
- Soetrisno, N., 2003, *Kewirausahaan Dalam Pengembangan UKM di Indonesia*, Makalah Dipresentasikan pada Kongres ISEI XV di Malang.