

PENGUATAN DAN PENINGKATAN DAYA SAING PADA UMKM SEBAGAI STRATEGI MENGHADAPI MEA

Dwi Iriyani*)
dwiiriyani@ut.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia seiring dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat. Dengan diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) pada tahun 2015 ini akan membawa dampak positif dan negatif kepada UMKM di Indonesia. Dampak positif yang muncul adalah masyarakat dapat menjual barang-barang hasil produksinya ke Negara di ASEAN dengan mudah. Sedang dampak negatifnya akan banyak produk-produk yang masuk kedalam negeri sehingga menjadikan persaingan usaha semakin ketat. Untuk dapat mempertahankan eksistensi UMKM maka dibutuhkan suatu strategi, salah satunya dengan menciptakan berbagai keunggulan dan kekhasan dari produk yang dihasilkan serta mampu bersaing dengan produk dari negara lain. Untuk itu diperlukan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia yaitu SDM yang inovatif, kreatif dan kompetitif.

Kata Kunci: pemberlakuan AEC 2015, UMKM

PENDAHULUAN

ASEAN sebagai gabungan bangsa-bangsa Asia Tenggara yang beranggotakan 10 negara (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar dan Kamboja) memiliki pandangan terbuka, hidup dalam perdamaian, stabilitas dan kemakmuran, serta terikat bersama dalam kemitraan dalam pembangunan yang dinamis. Pada tahun 2003, para pemimpin ASEAN telah bersepakat membangun suatu “masyarakat ASEAN” pada tahun 2020. Dalam perkembangannya para pemimpin negara anggota mempertegas komitmennya dan memutuskan untuk mempercepat pembentukan masyarakat ASEAN pada tahun 2015.

Pembentukan Komunitas ASEAN 2015 berlandaskan pada 3 pilar, yaitu Komunitas Keamanan ASEAN (*ASEAN Security Community*), Komunitas Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*), dan Komunitas Sosial Budaya ASEAN (*ASEAN Socio-Cultural Community*). Komunitas Ekonomi ASEAN 2015, akan diarahkan kepada pembentukan sebuah integrasi ekonomi kawasan dengan mengurangi biaya transaksi perdagangan, memperbaiki fasilitas perdagangan dan bisnis, serta meningkatkan daya saing sektor UMKM (Bustami, G. 2013).

*) Tenaga pengajar pada FMIPA-UT di UPBJJ Surabaya

Pemberlakuan AEC 2015 bertujuan untuk menciptakan pasar tunggal dan basis produksi yang stabil, makmur, berdaya saing tinggi, dan secara ekonomi terintegrasi dengan regulasi efektif untuk perdagangan dan investasi, yang di dalamnya terdapat arus bebas lalu lintas barang, jasa, investasi, dan modal serta difasilitasinya kebebasan pergerakan pelaku usaha dan tenaga kerja. Dengan adanya MEA, tujuan yang ingin dicapai adalah adanya aliran bebas barang, jasa, dan tenaga kerja terlatih (*skilled labour*), serta aliran investasi yang lebih bebas.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi (Bank Dunia, 2005). UMKM memegang peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian. Kontribusi termaksud terutama pada penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2005, UMKM di Indonesia mampu menyerap 96,77% dari total tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha skala kecil, menengah, dan besar (Sri Susilo, 2007). Dari sisi jumlah unit usaha dan tenaga kerja yang mampu diserap maka UMKM jauh lebih besar dari usaha besar. Di sisi lain, dalam hal penciptaan nilai tambah bagi Produk Domestik Bruto (PDB) maka usaha besar (UB) jauh lebih besar daripada UMKM.

UMKM memiliki banyak keunggulan, data dari BPS 2012 menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia tahun 2011 sebesar 56,6% dan menyerap 97% dari tenaga kerja nasional. UMKM juga berkontribusi dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar 27.700 milyar dan menciptakan peranan 4,86% terhadap total ekspor (Yoga, 2011 dalam Nagel 2012). Kontribusi UMKM terhadap devisa negara tersebut jauh lebih kecil daripada kontribusi usaha besar, sehingga UMKM perlu lebih diberdayakan. UMKM juga berperan dalam pembentukan investasi nasional. Investasi UMKM mengalami peningkatan dari waktu ke waktu selama periode 2000 - 2011. Berdasarkan laporan statistik usaha kecil menengah pada berbagai edisi antara tahun 2000-2011, dapat diketahui bahwa tahun 2000 investasi UMKM sebesar Rp 133,08 triliun dan meningkat menjadi Rp 275,27 triliun pada tahun 2005. Selain itu UMKM juga berkontribusi dalam upaya pemerataan pendapatan masyarakat Indonesia. Eksistensi UMKM dapat meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat yang berkecimpung di sektor UMKM baik sebagai pemilik usaha maupun sebagai karyawan. (Lantum et.al, 2012 dalam Nagel, 2012).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara – negara yang

sedang berkembang tetapi juga di negara – negara yang sudah maju. Diakui secara luas bahwa UMKM sangat penting dikarenakan karakteristik–karakteristik utama mereka yang membedakan mereka dari usaha besar, terutama karena UMKM adalah usaha – usaha padat karya, terdapat disemua lokasi terutama di pedesaan, lebih tergantung pada bahan-bahan baku lokal, dan penyedia utama barang-barang dan jasa kebutuhan pokok masyarakat berpendapatan rendah atau miskin (Tambunan, 2012).

Deklarasi komunitas ekonomi ASEAN bertujuan membentuk ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi yang menggerakkan para pelaku usaha, suatu kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi serta kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global. Dari tujuan ini tampak bahwa akan timbul berbagai aliran investasi, penghapusan tarif dan faktor-faktor lain secara progresif, yang dapat dituangkan dalam prosedur, kebijakan, regulasi dan peraturan lainnya di dalam upaya mengurangi hambatan-hambatan demi kemajuan bersama, adanya pemberlakuan sertifikasi dan standardisasi atas produk dan jasa, sebagai wujud perlindungan terhadap konsumen. Dalam cetak biru disebutkan adanya perhatian yang mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha kecil dan menengah.

Bagi Indonesia, pembentukan MEA 2015 akan memberikan beberapa tantangan yang tidak hanya bersifat internal di dalam negeri tetapi terlebih lagi persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti China dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada harga yang kompetitif pula, bukan hanya komoditi/produk/jasa unggulan industri besar (UB), tetapi juga sektor UMKM karena kesamaan karakteristik produk. Menyadari peran UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, maka pencapaian kesuksesan MEA 2015 mendatang juga akan dipengaruhi oleh kesiapan UMKM.

UMKM di Indonesia telah terbukti mampu bertahan dari guncangan ekonomi dan menjadi penyelamat bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun 1997 dan krisis global tahun 2008. Sektor usaha kecil menengah ternyata mempunyai daya tahan yang tinggi sehingga mampu bertahan dari krisis ekonomi dan moneter. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi di Indonesia sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Oleh karena itu tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia. Meski secara kuantitas sangat besar dan menyerap banyak tenaga kerja, pangsa dalam pendapatan nasional masih sekitar 57%. Di Indonesia, UMKM hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang bersifat klasik atau *intermediate* atau *advanced*. Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antar sektor atau perusahaan pada sektor yang sama. Namun ada sejumlah permasalahan yang umum dihadapi oleh semua UMKM. Walaupun perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas SDM UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku.

Data dari UKM Center UI, menyebutkan bahwa UKM di Indonesia yang kuat hanyalah 10 – 16% dari 53 juta, itupun di sektor informal. Ketidakseriusan pihak pemerintah secara komprehensif dalam menangani pelaku UMKM dapat dirasakan, apalagi seandainya dibukanya pintu masuk produk UMKM asing ataupun operasional lembaga UMKM asing secara besar-besaran di Indonesia yang mana dapat menimbulkan efek psikologis bagi pelaku UMKM itu sendiri.

PERMASALAHAN

Bagaimana strategi yang efektif untuk penguatan dan peningkatan daya saing UMKM di Indonesia dengan adanya percepatan pelaksanaan *Asean Economic Community* dari tahun 2020 menjadi 2015, yang menjadikan kawasan ASEAN sebagai Pasar Tunggal dan Basis Produksi Regional, kawasan yang memiliki daya saing tinggi, kawasan pemerataan pengembangan ekonomi dan sebagai sarana menuju perekonomian global..

PEMBAHASAN

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam perekonomian Indonesia, apabila UMKM memiliki persiapan yang cukup baik dalam menghadapi MEA tahun 2015 bukan tidak mungkin perekonomian Indonesia dapat tumbuh dengan cepat seiring berjalannya MEA tahun 2015.

Setiap perekonomian global mengalami *turbulensi* sebagaimana yang pernah terjadi pada perekonomian Amerika Serikat yang memicu terjadinya krisis ekonomi dunia (termasuk Indonesia) sebagaimana yang dialami pada tahun 1997 dan 2007 lalu, secara langsung memberikan pengaruh signifikan pada fundamental ekonomi Indonesia. Disaat bersamaan tuntutan dunia global begitu dinamis, semakin menurunkan daya saing pelaku usaha nasional yang selama ini masih bergelut dengan kompleksitas permasalahan internal. Selain itu juga harus memikul beberapa permasalahan lainnya seperti: (1) beratnya kenaikan BBM, (2) minimnya infrastruktur yang mendukung percepatan pertumbuhan perekonomian nasional, dan (3) lambannya implementasi kebijakan pemerintah yang memberikan keberpihakan bagi pelaku usaha nasional dalam upaya peningkatan daya saing dan profesionalisme, maupun kebijakan yang memberikan kemudahan bagi berkembangnya dunia usaha nasional termasuk UMKM.

Indonesia menganut keterbukaan ekonomi dan kerjasama pertukaran barang dan jasa untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi untuk kemajuan bangsa dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Tetapi Negara Indonesia tidak menganut perdagangan bebas dalam arti keterbukaan tanpa kendali. Tidak ada satupun produk yang dapat diperdagangkan lintas border secara bebas ((Suatma, J., 2015). Berikut ini langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam penguatan UMKM sebagai strategi menghadapi MEA.

Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada hakekatnya peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan irisan dari tiga komponen dasar sebagai berikut; pengembangan individu (personal), pengembangan karier (professional), pengembangan dalam kehidupan bermasyarakat (organisasi). Pengembangan individu banyak berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, keterampilan dan perbaikan tingkah laku secara individual, sesuai dengan perubahan tuntutan tingkah laku dalam melaksanakan tugas pada kehidupannya, dan pengembangan karier banyak berkaitan dengan hasil analisis terhadap minat, nilai, kompetensi, aktivitas dan tugas-tugas yang diperlukan dalam menyelesaikan sesuatu persoalan, baik dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat maupun pada lembaga kerja. Sedangkan pengembangan kehidupan ber-

masyarakat merupakan implementasi dari perolehan kemampuan hasil pengembangan secara individual dan pengembangan karier yang dimiliki setiap individu. Tujuan pengembangan sumber daya manusia yang dinyatakan oleh UNDP, seperti yang disarikan oleh Tilaar, adalah usaha untuk meningkatkan horizon pandangan dari seseorang. Manusia yang telah berkembang akan meningkatkan pandangannya dengan lebih luas sehingga ia dapat menjadi manusia yang berdaya. Manusia yang berdaya adalah manusia yang dapat memilih dan mempunyai kesempatan untuk mengadakan pilihan. Karena itu karakteristik sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam menghadapi era global itu adalah ;

1. Manusia yang dapat bersaing, yaitu manusia yang dapat mengembangkan potensinya dan dengan potensinya itu dapat menghasilkan sesuatu yang berkualitas dan dapat mengadakan pilihan-pilihan yang tepat, sehingga mampu bersaing dan bersanding sejajar dengan bangsa-bangsa lain.
2. Manusia yang berpikir kreatif, yaitu manusia yang dapat bersaing dan memunculkan kreasi-kreasi baru.

Sumber daya manusia merupakan kunci dari berhasil tidaknya, berkualitas atau tidaknya suatu hasil usaha. Untuk menghadapi MEA 2015, SDM yang dibutuhkan adalah SDM yang inovatif, kreatif, dan kompetitif. Jika tidak, maka orang asinglah yang akan berkuasa. Langkah yang dilakukan adalah dengan melakukan seminar – seminar mengenai MEA dan kewirausahaan. HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) tengah melakukan mentoring pada pengusaha pemula agar mampu menghadapi persaingan baik di dalam negeri, kawasan dan global. Selain itu, HIPMI juga memberikan perhatian terhadap pengusaha lokal agar dapat mengembangkan usahanya dan memperluas pasar perdagangan usaha mereka. Untuk kalangan pelajar dan mahasiswa, diadakan pelatihan kewirausahaan dan tidak lupa untuk diberi bekal bahasa inggris yang baik karena pada MEA 2015 kita bukan hanya bersaing antar Warga Negara Indonesia saja tetapi juga bersaing dengan negara-negara ASEAN. Sehingga setelah mereka masuk kedunia kerja, mereka tidak lagi pusing untuk melamar ke perusahaan tetapi mereka langsung dapat mendirikan usahanya sendiri dan bebas untuk mendirikan usaha dimana pun di dalam negara ASEAN. Kompetensi sumber daya manusia dalam mengelola UMKM berpengaruh pada banyak hal diantaranya kelangsungan hidup dari UMKM itu sendiri. Dengan adanya SDM yang berkualitas, perekonomian akan dapat tumbuh seiring berjalannya penerapan MEA.

Peningkatan Modal dalam Negeri

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UMKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UMKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan. Terkait dengan hal ini, UKM juga menjumpai kesulitan dalam hal akses terhadap sumber pembiayaan. Selama ini yang cukup familiar dengan mereka adalah mekanisme pembiayaan yang disediakan oleh bank dimana disyaratkan adanya agunan.

Untuk penguatan di sektor UMKM, Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan dana lebih kepada UMKM dari anggaran APBD dan APBN. Lima persen dari APBD dan APBN khusus untuk pengembangan sektor mikro saja sudah sangat membantu untuk penguatan di sektor tersebut. Selain itu, investor atau penanam modal terbesar di Indonesia adalah Warga Negara Asing. Sedangkan Warga Negara Indonesia sendiri hanya berlaku sebagai pengelola daripada modal tersebut. Tentu saja laba atau keuntungan yang didapat oleh perusahaan akan dibagikan kepada investor asing, lalu mereka akan membawanya ke negara mereka sehingga akan menambah kekayaan di negara mereka. Dengan kata lain, negara kita merasa dirugikan karena pengelolaan yang dilakukan oleh Indonesia tidak terlalu berpengaruh terhadap negara. Oleh karena itu, perlu tindakan untuk meningkatkan penanaman modal yang berasal dari dalam negeri. Dan langkah yang perlu dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan/seminar tentang pentingnya menanam modal dalam negeri dan memaparkan kelebihan berinvestasi ketimbang dengan menabung. Sehingga dengan demikian, masyarakat Indonesia akan menyadarinya serta bangkit dan merasa perlu menanamkan modalnya di perusahaan dalam negeri karena selain menguntungkan diri sendiri juga menguntungkan negara yaitu meningkatkan kegiatan ekonomi.

Pembangunan UMKM harus tumbuh dari prakarsa masyarakat dan dilaksanakan oleh masyarakat secara mandiri dalam tatanan sistem ekonomi kerakyatan.. Sehingga produk yang dihasilkan dapat diserap oleh pasar dengan baik. Peran pemerintah sebaiknya difokuskan pada fungsi regulasi dan fasilitasi untuk menciptakan struktur pasar dan persaingan yang sehat bagi koperasi, pengusaha mikro, kecil dan menengah, serta mengoreksi ketidaksempurnaan mekanisme pasar dengan menumbuhkan iklim berusaha

yang kondusif, dan memberikan dukungan penguatan bagi pengusaha mikro, kecil dan menengah. Saat ini Kementerian Koperasi dan UKM diinformasikan telah menyusun rencana pembangunan jangka menengah (RPJM), dan tentunya dapat dievaluasi bersama setelah pelaksanaannya, apakah hasil yang dicapai pada tahun-tahun mendatang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat (Budianto, T. 2015).

Kerjasama Intensif dengan Lembaga Mikro Syariah dan Perguruan Tinggi

Dalam rangka penguatan UMKM, kerjasama dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) merupakan hal yang tepat. Namun, apabila hanya dengan LKMS kekuatannya belum begitu besar, dan sebaiknya hal ini melibatkan peran Pemerintah melalui BUMN. Ketiga aspek ini diharapkan bisa bekerja sama dengan baik dalam berbagai aktifitas maupun kebijakan. Dengan adanya kesinergisan antara tiga aspek tersebut perekonomian Indonesia diharapkan dapat bertahan dalam menghadapi goncangan krisis dan bisa melibatkan partisipasi seluruh masyarakat terutama dalam hal pengembangan dan pembiayaan UMKM. Tanpa adanya kerjasama yang baik Indonesia tidak akan mampu mengelola sumber daya negara dengan baik demi terciptanya kemakmuran di bidang apapun termasuk dibidang ekonomi disamping itu, tanpa adanya panutan yang baik seperti agama dalam hal ini agama Islam (karena sebagian besar masyarakat memeluk agama Islam) tidak akan terbentuk kerjasama yang diperbolehkan dan benar sesuai dengan kaidah yang ada. Oleh karenanya, dari lembaga makro syariah sampai ke lembaga mikro syariah pun turut berperan dalam pembangunan negara di bidang ekonomi. Kita patut menyadari bahwa secara tidak langsung lembaga mikro syariah ikut banyak berkontribusi langsung dalam pembangunan negara. Oleh karena itu kita harus meningkatkan kerjasama secara intensif dengan lembaga mikro syariah agar pembangunan di bidang ekonomi Indonesia tidak terpuruk dan tertinggal dengan negara lain. Karena sesuatu yang besar dimulai dari yang kecil dan tanpa keberadaannya, lembaga besar tidak akan dapat terwujud.

Pemerintah seharusnya memperluas akses UMKM terhadap sumber daya produktif agar mampu memanfaatkan potensi setempat, terutama sumber daya alam. Untuk memungkinkan peningkatan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang lokal dan pasar global perlu didukung dengan pengembangan lembaga pendamping yang diharapkan mampu menyediakan dukungan penguatan dan peningkatan kemampuan UMKM dalam memperoleh akses teknologi, pasar (non finansial) maupun akses terhadap permodalan. Untuk itu perlu dilakukan kolaborasi dengan melibatkan perguruan tinggi khususnya dalam hal transfer keahlian bagi para anggota UMKM, dalam wadah *incubator* agar dapat

membantu meningkatkan upaya kinerja yang lebih baik, baik dalam pendampingan manajemen dan ketrampilan lainnya, seperti yang sudah dilakukan *incubator* IPB (Institut Pertanian Bogor). Dengan adanya kolaborasi tersebut akan membawa pengaruh dalam banyak aspek. Keikutsertaan *incubator* UMKM dalam pameran nasional dan internasional diharapkan membuahkan hasil yang positif.

Diversifikasi Produk untuk Perluasan Pasar

Perluasan pasar sangat berpengaruh terhadap kuatnya sektor UMKM, dan hal yang perlu diperhatikan untuk perluasan pasar yaitu:

a. Teknologi

Dengan adanya teknologi, banyak sekali keuntungan yang di dapat yaitu, adanya efisiensi waktu dan proses produksi akan lebih mudah. Dengan itu dalam sehari hasil, produksi akan lebih banyak. Dengan jumlah produksi yang lebih banyak, maka keuntungan yang didapat pun akan lebih menguntungkan.

b. SDM yang berkualitas

Tanpa adanya SDM berkualitas, tidak akan adanya hasil yang berkualitas. Maka, rekrutmen terhadap tenaga kerja haruslah sangat ketat untuk mendapat SDM yang kompetitif. SDM yang kompetitif adalah SDM yang dapat selalu berinovasi, berkreasi, memiliki sifat yang baik dalam berhubungan dengan orang lain.

c. Pemanfaatan SDA

Indonesia terkenal dengan kekayaan Sumber Daya Alamnya, apabila SDA Indonesia dikelola dengan baik, tentunya akan sangat luar biasa hasil yang akan didapatkan. Dengan inovasi, Indonesia akan dapat bersaing dalam MEA 2015. Untuk meningkatkan kualitas hasil usaha pemerintah juga memfasilitasi UMKM melalui sertifikasi Halal, Produk, HAKI / ISO dalam meningkatkan daya saing menuju masyarakat ekonomi ASEAN. Dengan adanya MEA 2015, diharapkan seluruh produk-produk dalam negeri dapat “Go Internasional” sebagai contoh, Lapis Surabaya, Dodol Betawi, Abon Ungaran, Bakpao Telo Malang, Gudeg Kendi Yogyakarta, Sambal botol Bu Rudi Surabaya, Rendang Padang dalam kaleng, Bathik Madura, Kain Bordir Tasik, Perhiasan Perak Kota Gede Yogyakarta, dll. Untuk pemasarannya, produk-produk UMKM binaan Dinas Koperasi, UMKM dan Perdagangan sudah bisa masuk ke supermarket-supermarket antara lain Carrefour, Lotte Mart dan lainnya. Hal yang sudah berjalan tersebut, harus selalu dikembangkan untuk memberdayakan UMKM sebagai penyumbang kekayaan ekonomi terbesar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kesiapan Masyarakat Indonesia Menuju Masyarakat Ekonomi Asean

Masyarakat Indonesia adalah Negara heterogen dengan berbagai jenis suku, bahasa dan adat istiadat yang terhampar dari Sabang sampai Merauke. Indonesia mempunyai kekuatan ekonomi yang cukup bagus, pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia (4,5%) setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan India. Ini akan menjadi modal yang penting untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia menuju AEC tahun 2015. Sebagai salah satu dari tiga pilar utama ASEAN Community 2015, ASEAN Economic Community yang dibentuk dengan misi menjadikan perekonomian di ASEAN menjadi lebih baik serta mampu bersaing dengan Negara-negara yang perekonomiannya lebih maju dibandingkan dengan kondisi Negara ASEAN saat ini. Selain itu juga dengan terwujudnya ASEAN Community yang dimana di dalamnya terdapat AEC, dapat menjadikan posisi ASEAN menjadi lebih strategis di kancah Internasional, kita mengharapkan dengan terwujudnya komunitas masyarakat ekonomi ASEAN ini dapat membuka mata semua pihak, sehingga terjadi suatu dialog antar sektor yang dimana nantinya juga saling melengkapi diantara para *stakeholder* sektor ekonomi di negara negara ASEAN ini sangat penting.

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk ke-4 terbesar di dunia dengan jumlah penduduk 242 juta jiwa lebih, Indonesia memiliki potensi SDM yang sangat besar dari segi kuantitas. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 242,3 juta jiwa atau setara dengan dua perlima penduduk total ASEAN pada tahun 2011, membuat posisi Indonesia mau tidak mau harus menjadi perhatian bagi Negara-negara ASEAN.

Peluang Indonesia untuk dapat bersaing dalam MEA 2015 sebenarnya cukup besar, saat ini Indonesia merupakan peringkat 16 di dunia untuk besarnya skala ekonomi. Besarnya skala ekonomi juga didukung oleh proporsi penduduk usia produktif dan pertumbuhan kelas menengah yang besar. Prospek ekonomi Indonesia yang positif juga didukung oleh perbaikan peringkat investasi Indonesia oleh lembaga pemeringkat dunia serta masuknya Indonesia sebagai peringkat empat *prospective destinations* berdasarkan *UNCTAD World Investment report*. Makin kuatnya fundamental perekonomian Indonesia dapat dilihat ketika banyak negara yang “tumbang” diterpa pelemahan perekonomian global, perekonomian Indonesia masih dapat terjaga untuk tumbuh positif.

UMKM pada umumnya berbasis pada sumber daya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor karena keunikannya, sehingga pembangunan UMKM diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional.

Perekonomian Indonesia akan memiliki fundamental yang kuat jika UMKM telah menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional.

Daya saing perusahaan, termasuk UMKM, tidak terlepas dari konsep daya saing global suatu Negara. Bagaimana dengan daya saing global Indonesia? Menurut *World Economic Forum* (WEF), peringkat daya saing global Indonesia tahun 2008 – 2009 adalah 55 dari 134 negara yang disurvei. Survei peringkat daya saing global ini dilakukan setiap tahun. Pada tahun 2007 – 2008 peringkat Indonesia adalah 54, dengan demikian terjadi penurunan peringkat. Selanjutnya untuk tahun 2010 – 2011 peringkat Indonesia mengalami kenaikan menjadi 44. Di tingkat ASEAN, peringkat Indonesia lebih baik dibanding peringkat Vietnam (59), Filipina (85), dan Kamboja (109). Namun, Indonesia berada di bawah Singapura (3), Malaysia (26), Brunei (28), dan Thailand (38).

Pengertian daya saing tidak hanya relevan untuk perdagangan internasional tetapi juga untuk investasi. Negara dengan indeks daya saing global (*global competitiveness index*, CGI) yang tinggi akan lebih menarik bagi investor asing dibandingkan Negara dengan GCI yang lebih rendah. Laporan tahun WEF dan laporan Bank Dunia yaitu *Doing Business*, termasuk sumber informasi yang digunakan oleh calon investor asing mengenai Negara-negara tujuan investasi mereka.

Menurut Tambunan (2008), UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu Negara tetapi juga banyak Negara. Dalam mengukur daya saing UMKM harus dibedakan antara daya saing produk dan daya saing perusahaan. Daya saing produk terkait erat dengan daya saing perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah: (1) pangsa ekspor per tahun (% dari jumlah ekspor), (2) pangsa pasar luar negeri per tahun (%), (3) laju pertumbuhan ekspor per tahun (%), (6) nilai atau harga produk, (7) diversifikasi pasar domestik, (8) diversifikasi pasar ekspor, dan (9) kepuasan konsumen.

Dewasa ini hampir semua pemerintah daerah telah mengembangkan produk atau komoditas unggulan daerah. Penetapan produk unggulan tentunya harus didasarkan pada keunggulan bersaing produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenis di luar daerah atau produk sejenis di pasar internasional. Jika upaya mengembangkan komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh maka nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.

Selanjutnya hasil kajian dari Pusat Inovasi MKM APEC melakukan studi daya saing global UMKM di 13 negara, termasuk Indonesia (Tambunan, 2008). Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia termasuk Negara yang UMKM-nya berdaya saing rendah (skor 3,5 dari nilai skor 1,0 – 10,0), sedangkan daya saing UMKM Hongkong-China, Amerika Serikat, dan Australia tergolong tinggi. Sedangkan peringkat daya saing Negara ASEAN lainnya, seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina, diatas peringkat Indonesia. Peringkat China juga sedikit di atas peringkat daya saing global UMKM Indonesia.

Berkaitan dengan pengembangan UMKM di Indonesia, terutama untuk meningkatkan daya saing di pasar global, maka Tim Peneliti ISEI (2010) merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut: (1) uang tidak tepat sasaran, berpotensi *overlapping* dan menimbulkan moral hazard. Untuk itu perlu dilakukan adalah koordinasi bantuan kepada UMKM sehingga tepat sasaran. Hal lain adalah bantuan pelatihan teknis produksi, keuangan, pemasaran, dan kewirausahaan perlu ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya. Keikutsertaan UMKM dalam promosi untuk menembus pasar internasional perlu ditingkatkan frekuesinya. (2) Diperlukan insentif untuk diversifikasi produk, pengkayaan desain, dan hak paten untuk produk UMKM. Untuk itu diperlukan kebijakan insentif fiskal dan non-fiskal bagi pengembangan industri kreatif dan pengusaha pioneer. Di samping itu juga perlu dilakukan perlindungan dan sosialisasi mengenai hak paten. (3) Mendorong penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan usaha UMKM. Untuk itu diperlukan alokasi APBN kementerian/lembaga bagi UMKM dalam bentuk akses internet yang memadai dan biaya langganan yang terjangkau. Dengan jaringan internet yang tersedia akan memudahkan UMKM untuk memperoleh bahan baku dan memasarkan produknya. (4) Pemberian suku bunga khusus dan skema pembiayaan yang lebih baik khususnya untuk UMKM yang menghasilkan produk yang prospek tinggi di pasar internasional. Di samping itu juga perlu dilakukan penyederhanaan prosedur penyaluran kredit.

Bagaimana peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Peran pemerintah diharapkan sebagai komplementer untuk mendorong berbagai upaya yang telah dilakukan UMKM dalam meningkatkan daya saingnya. Dengan iklim usaha yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, maka akan memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing, baik daya saing perusahaan maupun daya saing dari produk yang dihasilkan. Dalam UMKM, pengusaha atau pemilik merupakan penggerak utama perusahaan. Untuk itu kreativitas, jiwa kewirausahaan, jiwa inovatif dari pengusaha yang didukung oleh keterampilan para pekerja merupakan sumber utama dalam peningkatan daya saing UMKM.

Menurut Tambunan (2008) ada lima prasyarat utama agar pengusaha dan pekerja UMKM dapat berperan dengan optimal, yaitu: (1) pendidikan, (2) modal, (3) teknologi, (4) informasi, dan (5) input krusial lainnya. Pemenuhan kelima prasyarat tersebut sifatnya harus dinamis, dalam arti harus mengikuti: (1) perubahan pasar yaitu selera konsumen dan tekanan persaingan, (2) perubahan ekonomi nasional dan global, (3) kemajuan teknologi, dan (4) penemuan material baru untuk produksi. Tidak mudah bagi UMKM untuk memenuhi kelima prasyarat tersebut. Perlu digarisbawahi bahwa pemenuhan kelima prasyarat utama tersebut adalah tanggung jawab UMKM sepenuhnya. Bagaimana cara memenuhi adalah bagian strategi yang harus dilakukan oleh UMKM. Strategi yang harus dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari dua komponen. Komponen pertama adalah strategi untuk memenuhi kelima prasyarat utama tersebut. Pertanyaannya adalah bagaimanakah pengadaan pendidikan, modal, teknologi, informasi, dan input secara kontinyu dan efisien?. Komponen kedua adalah strategi untuk menggunakan secara optimal kelima prasyarat tersebut menjadi produk yang kompetitif. Khusus untuk komponen kedua, perhatian harus difokuskan kepada peningkatan kemampuan produksi dan kemampuan pemasaran. Upaya peningkatan kemampuan produksi termasuk peningkatan teknologi dan kemampuan disain produk. Selanjutnya upaya peningkatan kemampuan pemasaran termasuk promosi, distribusi, dan pelayanan purna jual. Harus diakui sebagian besar UMKM di Indonesia lemah dalam penguasaan teknologi dan juga dalam strategi pemasaran.

KESIMPULAN DAN PENUTUP

Dengan implementasi MEA maka UMKM di Indonesia akan menghadapi tantangan dan peluang. Peluang yang sudah terbuka ini, kalau tidak segera dimanfaatkan maka akan tertinggal karena proses ini juga diikuti gerak negara lain di tingkat ASEAN. Indonesia harus berbenah diri untuk menyiapkan Sumber Daya Manusia Indonesia yang kompetitif dan berkualitas global. Agar mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang yang ada maka UMKM harus meningkatkan daya saing perusahaan maupun daya saing produknya. Untuk meningkatkan daya saing tersebut maka pengusaha/pemilik UMKM dengan jiwa kewirausahaan dan jiwa inovasi yang dimiliki harus mampu menjadi motor penggerak untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan meningkatnya daya saing perusahaan maka pada gilirannya akan mendorong terciptanya daya saing produk.

UMKM juga perlu meningkatkan kerjasama antar unit UMKM atau antar sentra UMKM dan juga meningkatkan kerjasama dengan *stakeholders* baik dalam bentuk pendidikan/pelatihan/penyuluhan, dan promosi. Peran pemerintah dalam meningkatkan daya

saing UMKM adalah menciptakan iklim usaha yang kondusif sehingga memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing perusahaan maupun produk yang dihasilkan. Peran pemerintah seyogyanya difokuskan pada fungsi regulasi dan fasilitasi untuk menciptakan struktur pasar dan persaingan yang sehat bagi sektor UMKM, serta mengoreksi ketidaksempurnaan mekanisme pasar dengan menumbuhkan iklim berusaha yang kondusif, serta memberikan dukungan penguatan bagi UMKM. Pemberdayaan UMKM hanya akan terjadi secara nyata, apabila dapat dijamin kesempatan yang seluas-luasnya bagi sektor UMKM untuk memasuki kegiatan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Dunia, 2005. Mendukung Usaha Kecil dan Menengah, *Policy Brief*. Diakses dari <http://www.worldbank.or.id> pada tanggal 20 Juli 2005.
- Budianto, Tedjasuksmana. 2015. *Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Bustami, Gusmardi. 2013. *Menuju Asean Economy Community*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Nagel, P. 2012. *Kecerdasan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*, Disampaikan Dalam Seminar Nasional Dan Call For Papers. Diselenggarakan Fak. Ekonomi dan Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Jendral Soedirman Purwekerto 21 November 2012.
- Sri Susilo, Y., 2007. Pertumbuhan Usaha Industri Kecil dan Menengah dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Eksekutif*, Vol. 4, Nomor 2, Agustus 2007, hal. 306 – 313.
- Suatma, Jasa. 2015. *Kesiapan Indonesia Dalam Menghadapi ASEAN Economic Community 2015*. Semarang: STIE.
- Tambunan, Tulus . 2008. “Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM”, *Background Study*, RPJM Nasional Tahun 2010 – 2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappenas. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 8 September 2010.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman bagi UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi UMKM.
-