

UMKM DI INDONESIA DAN PERSIAPAN MENUJU ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015

Lokot Zein Nasution

Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan RI
Jl. Wahidin No. 1 Jakarta Gedung R.M Notohamiprodo
Email: lokot.nasution@yahoo.com

Diterima :19/10/2014

Direvisi: 09/12/2014

Disetujui : 31/12/2014

ABSTRAK

Terbentuknya ASEAN Economic Community (AEC) pada Desember 2015 menjadikan ASEAN sebagai kawasan perdagangan terintegrasi bebas hambatan. Tujuannya adalah untuk menciptakan kawasan regional yang mempunyai daya saing tinggi dan pembangunan ekonomi yang lebih merata. Namun, rencana pelaksanaan AEC 2015 mendapatkan kritik karena dinilai akan merugikan perekonomian domestik, terlebih bagi pelaku lemah seperti UMKM. Sehingga, tujuan dari kajian ini adalah untuk melihat kesiapan, tantangan, dan strategi pengembangan UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Hasil analisis berdasarkan pengolahan data sekunder dan tinjauan literatur kritis menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih mempunyai tingkat resiko yang tinggi, khususnya dalam pasar internasional. Masih tingginya resiko UMKM disebabkan permasalahan internal dan eksternal. Aspek internal adalah dari kondisi UMKM yang masih mempunyai nilai tambah yang rendah dan inefisiensi produksi; sedangkan aspek eksternal adalah dari sisi kebijakan seperti lemahnya perbaikan infrastruktur, tingginya biaya transaksi, dan tingginya resiko makro ekonomi yang belum mendukung. Kondisi demikian memposisikan UMKM mempunyai daya saing yang lemah dalam menghadapi AEC 2015. Dari posisi UMKM yang demikian, maka kesiapannya dalam menghadapi AEC juga menjadi sangat lemah. Sehingga orientasi kebijakan yang dilakukan harus ditekankan pada perbaikan aspek internal maupun eksternal. Perbaikan aspek internal melalui: (i) penguatan aksesibilitas permodalan; (ii) perbaikan kapasitas dan kualitas produksi; dan (iii) perbaikan kualitas pemasaran. Sedangkan aspek eksternal melalui: (i) perbaikan infrastruktur; dan (ii) perbaikan dalam efisiensi birokrasi. Strategi lain yang perlu diupayakan jika perbaikan aspek internal dan eksternal memerlukan waktu lama (time lag) adalah dengan mengoptimalkan potensi pasar domestik melalui peran pemerintah dan perbankan. Diharapkan, beberapa strategi tersebut dapat memperkuat kesiapan UMKM dalam menghadapi AEC 2015.

Kata Kunci: AEC 2015, Permasalahan Internal dan Eksternal, Resiko UMKM, Daya Saing

SMEs IN INDONESIA AND THE READINESS FOR ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015

ABSTRACT

The establishment of the ASEAN Economic Community (AEC) in December 2015 is to create ASEAN an integrated free trade economy in this region. The goal is to create a region which has a high competitiveness and more equitable economic development. However, the implementation plan of AEC 2015 is criticized for it is like to harm the domestic economy, especially for the smaller economic sectors such as small and medium enterprises (SMEs). The purpose of this study is to assess at the readiness, challenge as well as strategic development of SMEs to face of the AEC 2015. The results of the analysis were based on secondary data processing and critical literature review which showed that SMEs in Indonesia still have high level of risks, particularly in the international markets. The high risks of Indonesian SMEs are due to both internal and external problems. Internal aspect is such as the small SMEs with still low additional production values and inefficiency; while the external aspect is concerned with the policies such as weak infrastructure developments, high transaction costs, and high macroeconomic risks which are not supportive. This condition has positioned SMEs in weak competitiveness in the face of AEC 2015. From that position, then the readiness in the face of the AEC 2015 would also be very weak. It is advisable that the policy making process should be emphasized on the improvement of the internal and external aspects. Improvements internal aspects: (i) strengthening the capital of accessibility; (ii) improving the capacity and quality of production; and (iii) improving the quality of marketing. While the external aspects: (i) improvement of infrastructure; and (ii) improvements in the efficiency of the bureaucracy. Another strategy is necessary if the internal and external aspects of the repair takes a long time (time lag) is to optimize the market potential domestic through the role of government and banking. It is expected that the improvement in both aspects may increase the readiness of SMEs in Indonesia to face of the AEC in 2015.

Keywords: AEC 2015, internal and external problems, SMEs risks, competitiveness

PENDAHULUAN

Sejak awal terbentuknya ASEAN, negara-negara anggota sudah sepakat untuk bekerjasama dalam bidang ekonomi. Kerjasama ini muncul karena perkembangan liberalisasi pasar yang telah menciptakan tingkat persaingan yang sangat ketat, sehingga diperlukan pengintegrasian kawasan yang diyakini sebagai cara meningkatkan daya saing para anggotanya (Pawitan, 2012; Tambunan, 2013). Pengintegrasian ini diwujudkan dalam bentuk kesepakatan penghapusan semua atau sebagian hambatan perdagangan, yang diharapkan dapat memberikan keuntungan yang sama besarnya bagi negara anggota.

Sehingga dibentuklah ASEAN Vision 2020 yang merupakan tekad negara-negara ASEAN untuk mewujudkan kawasan yang stabil, makmur, berdaya saing tinggi, mempersempit gap pembangunan antara negara-negara ASEAN, dan keinginan untuk membentuk komunitas yang lebih kuat dan kohesif (Tambunan, 2013). Dalam perkembangannya, rencana ASEAN Vision 2020 diharapkan dapat dilakukan lebih awal, yang kemudian dilakukan Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN di Cebu, Filipina tahun 2007 untuk mempercepat ASEAN Vision

2020 menjadi tahun 2015. Kemudian pada tahun 2007 ditandatangani *Blue Print ASEAN Economic Community (AEC) 2015*. *Blue Print* dalam AEC 2015 berisi (Association of Southeast Asian Nations, 2008): (i) menuju *single market* dan *production base*, yaitu arus perdagangan bebas untuk sektor barang, jasa, investasi, para terampil, dan modal; (ii) menuju penciptaan kawasan regional ekonomi yang berdaya saing tinggi; (iii) menuju suatu kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata (*region of equitable economic development*) melalui pengembangan UMKM dan program-program lainnya; dan (iv) menuju integrasi penuh paa ekonomi global.

Namun, pelaksanaan AEC 2015 juga ditanggapi dengan ragam kritik, khususnya menyangkut kebermanfaatnya bagi perekonomian domestik. Kekhawatiran ini mengacu dari konsekuensi yang dapat ditimbulkan dari pemberlakuan AEC 2015, diantaranya (Basu, 2012; Chia, 2013): (i) adanya penghapusan tarif dan hambatan non-tarif dalam perdagangan yang sebenarnya malah merugikan; (ii) akan menimbulkan liberalisasi secara progresif dalam perdagangan jasa; dan (iii) keterbukaan

perdagangan bebas akan membangun rezim investasi yang kompetitif dan terbuka. Beberapa konsekuensi ini dapat menimbulkan resiko yang tinggi bagi para pelaku perekonomian domestik, khususnya pelaku usaha yang lemah seperti UMKM .

Suyatna (2012) mengemukakan bahwa UMKM masih sangat beresiko dalam perdagangan bebas. Resiko ini akibat dua persoalan, yaitu karena aspek internal dan eksternal. Persoalan internal adalah menyangkut keterbatasan usaha, mulai dari sisi permodalan, input, proses produksi, sampai kepada pemasaran. Sedangkan aspek eksternal menyangkut lingkungan yang kurang mendukung pengembangan UMKM, seperti kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi. Masih menurut Suyatna (2012), permasalahan aspek internal dan eksternal ini berdampak pada masih lemahnya tingkat daya saing UMKM, khususnya di level internasional (Hartanto, Cahyono& Dewani, 2013).

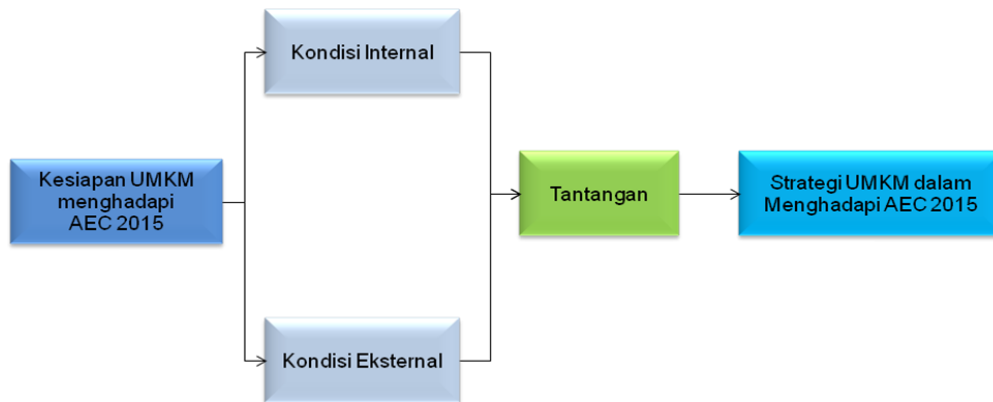
Beberapa uraian tersebut diatas merupakan kekhawatiran akan

pelaksanaan AEC 2015 terhadap keberlangsungan usaha UMKM, mengingat daya saingnya masih lemah. Di sisi yang lain, pelaksanaan AEC 2015 tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, tujuan dalam kajian ini adalah untuk melihat lebih jauh (kondisi eksisting) bagaimana kesiapan UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Berpedoman pada Suyatna (2012), kesiapan ini dapat dieksplorasi berdasarkan kondisi internal dan eksternal. Sehingga dari gambaran kondisi internal dan eksternal dapat dilihat bagaimana tantangan yang kemudian sebagai masukan dalam penyusunan strategi UMKM dalam menghadapi AEC 2015.

Kerangka Pemikiran

Kajian ini berusaha melihat kesiapan UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Kesiapan ini dilihat berdasarkan kondisi internal dan eksternal (berpedoman pada Suyatna, 2012). Dari kondisi internal dan eksternal ini, maka dapat diperoleh tantangan UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Gambaran tantangan ini sangat penting sebagai masukan dalam penyusunan strategi UMKM dalam menghadapi AEC 2015.

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



METODOLOGI

Untuk mengoperasionalkan kerangka pemikiran, maka metodologi dalam kajian ini dibedakan menjadi dua bagian, yaitu menyangkut data dan metode analisis.

Data

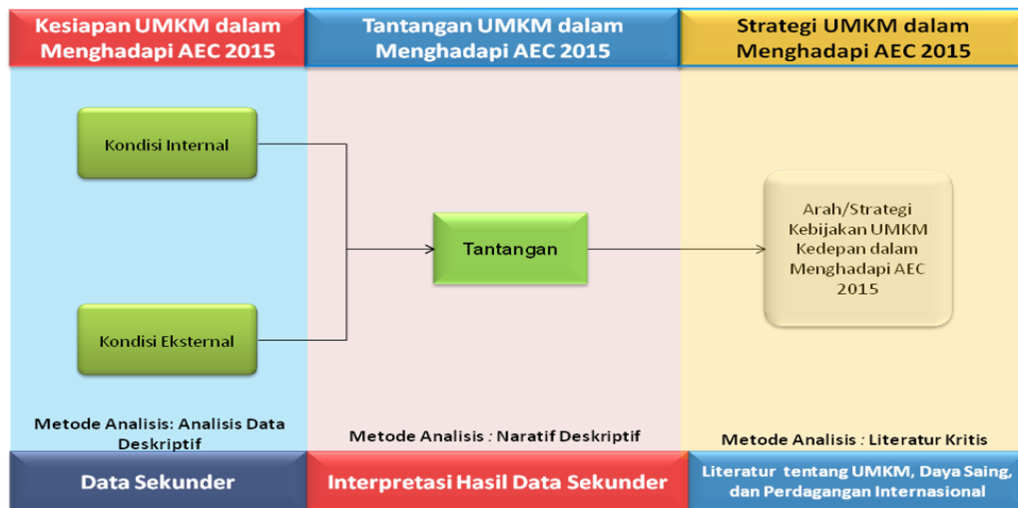
Sebelum penyusunan strategi, dilakukan analisis kesiapan UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Gambaran kesiapan ini didapat dari hasil analisis deskriptif data sekunder yang diperoleh dari beberapa lembaga yang relevan dengan tema kajian, seperti: (i) Kementerian Koperasi dan UMKM; (ii) Badan Pusat Statistik (BPS); dan (iii) organisasi APEC. Data yang dikumpulkan adalah data dalam 5 tahun terakhir (2008-2012).

Metode Analisis

Metode dalam kajian ini menggunakan analisis deskriptif yang diperkuat dengan literatur kritis. Metode deskriptif dilakukan dalam menganalisis data sekunder, dan metode literatur kritis yang dilakukan dalam menunjang dan mengeksplorasi dari hasil analisis deskriptif. Metode literatur kritis dilakukan dengan cara membaca dan mengkaji berbagai sumber, baik buku, ensiklopedia, dan terutama jurnal. Prinsip literatur kritis dalam kajian ini adalah mendapatkan sumber atau referensi yang benar-benar menjadi rujukan dalam menjelaskan kesiapan UMKM yang dilihat berdasarkan kondisi internal dan eksternal. Kondisi dari kedua aspek ini kemudian menjadi bahan analisis dalam melihat tantangan sekaligus bagaimana seharusnya strategi UMKM dalam menghadapi AEC 2015. Secara lebih rinci, metode kajian ini dapat

disistematiskan dalam Gambar 02 berikut:

Gambar 2.
Metode dan Tahapan Kajian



HASIL

Kesiapan UMKM dalam Menghadapi AEC 2015

Kesiapan UMKM dalam menghadapi AEC 2015 dapat dilihat berdasarkan dua aspek, yaitu kondisi internal dan eksternal. Aspek internal adalah kondisi UMKM yang mencakup karakteristik usaha. Sedangkan aspek eksternal adalah kondisi lingkungan usaha, baik mikro maupun makro, yang dalam kajian ini didasarkan pada posisi UMKM baik di level nasional maupun ASEAN, terutama kaitannya dengan kebijakan pemerintah.

Kondisi Internal UMKM

Menilai kesiapan UMKM dari aspek internal dalam era persaingan AEC 2015 adalah dengan melihat

karakteristik usahanya. Faktanya, terdapat ragam sudut pandang yang berbeda dalam melihat karakteristik usaha pada pelaku UMKM. Namun mengacu pada Hartanto, Cahyono& Dewani (2013), secara garis besar karakteristik usaha ini dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu: (i) permodalan; (ii) perolehan input; (iii) proses produksi; dan (iv) pemasaran.

Dari aspek permodalan, rata-rata UMKM membutuhkan modal yang kecil, sehingga sebagian besar berbentuk informal (Marijan, 2005). Pelaku UMKM jumlahnya sangat banyak berkenaan modal usaha relatif kecil dan setiap orang bisa dengan mudah masuk

menjadi pelaku UMKM. Faktanya, dalam kurun waktu tahun 2008-2012, UMKM selalu mengalami kenaikan (Tabel 01). Kenaikan ini mayoritas adalah jenis Usaha Mikro dengan jumlah lebih dari 98%. Berbeda dengan Usaha Besar (UB) yang hanya berjumlah kurang dari 0,5%.

Kuantitas UMKM yang besar karena faktor permodalan yang kecil sebenarnya menandakan bahwa UMKM merupakan sektor yang mudah masuk keluar pasar (*barrier to entry*),

sehingga daya tahan keberlanjutan usahanya diduga sangat rendah. Artinya, intensitas persaingan usaha UMKM yang tinggi (karena pelaku yang banyak) menimbulkan resiko kegagalan usaha (*risk of loss*) yang dihadapi juga sangat tinggi. Hal ini karena kualitas SDM para pelaku UMKM masih kurang kompeten dalam mengembangkan usaha akibat kurangnya kemampuan atau strategi dalam menghadapi keterbatasan modal (Chittithaworn et.al, 2010).

Tabel 1.
Perkembangan Jumlah UMKM dan Usaha Besar (2008-2012)

Skala Usaha	2008	2009	2010	2011	2012
UMKM	51.409.612	52.764.750	54.114.821	55.206.444	56.534.592
<i>Usaha Mikro</i>	50.847.771	52.176.771	53.504.416	54.559.969	55.856.176
<i>Usaha Kecil</i>	522.124	546,643	568.397	602.195	629.418
<i>Usaha Menengah</i>	39.717	41.336	42.008	44.280	48.997
Usaha Besar	4.650	4.676	5.150	4.952	4.968

Sumber: Kementerian Koperasi& UMKM, 2012

Sedangkan dari aspek perolehan input, banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan mendapatkan pasokan yang murah dan berkualitas karena keterbatasan informasi pasar (Hendrawan, 2012). Hal ini berdampak pada kapasitas dan kualitas produksi UMKM yang masih sangat rendah. Selain keterbatasan aksesibilitas informasi pasar, hambatan kapasitas produksi pada UMKM juga sangat terkait dengan keterbatasan akses terhadap sumberdaya produktif,

terutama penguasaan teknologi dan pengelolaan manajemen usaha (Barbara& Busquets, 2006). Implikasinya, pengembangan UMKM dari aspek produksi yang menuntut manajemen strategi modern sampai saat ini masih sulit dilakukan. Selain itu, keterbatasan kapasitas produksi juga dapat mempersempit tingkat profatibilitas UMKM yang dapat memperlemah tingkat investasi usaha, pengembangan riset, dan inovasi

dalam jangka panjang (Chittithaworn et.al, 2011).

Inovasi produksi yang digunakan UMKM sejauh ini memang masih sangat lemah. Hal ini dibuktikan oleh beberapa penelitian, seperti Pawitan (2012) dan Hendrawan (2012) yang menemukan bahwa: (i) hampir setengah UMKM hanya mempergunakan kapasitas kurang lebih 60% dari sumberdaya yang dimiliki; dan (ii) lebih dari setengahnya merupakan perusahaan kecil dengan manajemen usaha yang rendah. Dua karakter ini berimplikasi pada sifat UMKM, diantaranya: (i) rata-rata mempunyai volume penjualan yang rendah; dan (ii) rata-rata mempunyai nilai aset yang rendah. Implikasi dari rata-rata nilai aset yang rendah merupakan pembeda antara UMKM di Indonesia dengan UMKM dari negara ASEAN lainnya (disamping jumlah karyawan) (Tabel 02). Rendahnya rata-

rata nilai aset UMKM di Indonesia menandakan bahwa kapasitas produksinya rata-rata juga sangat rendah. Hal ini karena keterbatasan aset dapat membatasi kapasitas produksi. Padahal kategori UMKM di beberapa negara ASEAN lainnya mempunyai tingkat aset yang lebih tinggi, sehingga memungkinkan kapasitas produksinya lebih tinggi. Dengan tingkat kapasitas usaha yang relatif rendah dari negara ASEAN lainnya, dapat diduga bahwa tingkat penyerapan tenaga kerjanya memang tidak terlalu tinggi, bahkan cenderung fluktuatif. Hal ini karena kapasitas produksi berbanding lurus dengan tingkat kebutuhan tenaga kerja. Tabel 02 memperlihatkan bahwa rata-rata penyerapan tenaga kerja UMKM di Indonesia memang tidak setinggi dengan UMKM dari negara ASEAN lainnya.

Tabel 2
Definisi UMKM di Negara-Negara ASEAN
Berdasarkan Jumlah Karyawan dan Nilai Aset

Definisi Berdasarkan Jumlah Karyawan					Definisi Berdasarkan Nilai Aset			
Negara		Mikro	Kecil	Menengah		Mikro	Kecil	Menengah
Brunei		1-5	6-50	51-100	Tidak Terdefiniskan			
Kamboja		1-10	11-50	51-100	Tidak termasuk tanah	<USD 50,000	USD 50,000-250,000	USD 25,000-500,000
Indonesia		1-5	6-50	51-100		IDR 50 mil	>IDR 50 mil & <IDR 200 mil	IDR 200 mil- IDR 10 bio
Laos			1-19	20-99			<LAK 250 mil	<LAK 1200 mil
Malaysia	Manu faktur	<5	5-50	51-150				

	Jasa	<5	5-19	20-50				
Myanmar		<9	10-50	51-100			<MMK 1 mil	MMK 1-5 mil
Singapura		<200			<SGD 15 mil			
Filipina		1-9	10-99	100-199	Tidak termasuk tanah	Sampai PHP 3 mil	>PHP 3 mil-15 mil	>PHP 15 mil-100 mil
	Produksi	1-5	<=50	51-200	Produksi		<-THB 50 mil	>THB 50-200 mil
Thailand	Jasa	1-5	<=50	51-200	Jasa		<-THB 50 mil	>THB 50-200 mil
	Grosir	1-5	<=25	26-50	Grosir		<-THB 50 mil	>THB 50-100 mil
	Ritel	1-5	<=15	16-30	Ritel		<-THB 50 mil	>THB 30-60 mil
Vietnam		<300			<USD=620.000			

Sumber: Kenan Institute Asia, *The ASEAN SME Regional Development Fund Conceptual Framework*, 2012

Meski rata-rata penyerapan tenaga kerja UMKM di Indonesia lebih rendah daripada rata-rata penyerapan tenaga kerja di beberapa negara ASEAN lainnya, namun tetap saja UMKM berkontribusi besar terhadap tingkat penyerapan tenaga kerja secara nasional. Dari total penyerapan tenaga kerja pada UMKM, rata-rata Usaha Mikro dapat menyerap tenaga kerja lebih dari 90%, sisanya adalah Usaha Kecil dan Menengah (Tabel 03). Jumlah ini sangat jauh bila dibandingkan dengan Usaha Besar yang rata-rata menyerap tenaga kerja kurang dari 2,5% dari total penyerapan

tenaga kerja di semua level skala usaha. Peran penting penyerapan tenaga kerja pada UMKM saat ini tidak berbeda jauh dengan tahun 1990-an, dimana UMKM rata-rata memang mampu menampung lebih dari 92% dari total jumlah tenaga kerja (Tambunan, 2013). Karakteristik UMKM dalam menyerap tenaga kerja tersebut sangat penting dalam menopang stabilitas perekonomian nasional (Hamid, 2010). Gambaran ini mengindikasikan bahwa peran UMKM dalam perekonomian memang cukup penting, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja.

Tabel 3.
Tingkat Penyerapan Tenaga Kerja
pada UMKM dan Usaha Besar (2008-2012)

Skala Usaha	2008	2009	2010	2011	2012
UMKM	94.024.278	96.193.623	98.238.913	101.722.458	107.657.509
<i>Usaha Mikro</i>	87.810.366	89.960.695	91.729.384	94.957.797	99.859.517
<i>Usaha Kecil</i>	3.519.843	3.520.497	3.768.885	3.919.992	4.535.970
<i>Usaha Menengah</i>	2.694.069	2.712.431	2.740.644	2.844.669	3.262.023
Usaha Besar	2.756.205	2.692.374	2.753.049	2.891.224	3.150.645

Sumber: Kementerian Koperasi & UMKM, 2008-2012

Sebagian penjelasan diatas sekaligus menandakan bahwa UMKM di Indonesia cukup penting. Menurut Constantin (2002), selain dari aspek tenaga kerja, UMKM juga sangat penting dalam pembangunan perekonomian daerah. Hal ini karena sifatnya fleksibel dalam menentukan lokasi usaha yang tidak dapat dijamah oleh Usaha Besar. Karena tingkat fleksibilitasnya, maka peran penting UMKM dalam perekonomian nasional sebenarnya tidak saja sebagai sumber lapangan kerja, tetapi juga seharusnya dalam memaksimalkan efisiensi alokasi dan distribusi dengan memobilisasi dan memanfaatkan sumberdaya lokal, serta mendorong pembangunan ekonomi daerah (Hendrawan, 2012). Namun, masih terdapatnya ragam keterbatasan internal UMKM masih menyulitkan peran potensial UMKM dalam mendorong pembangunan ekonomi daerah.

Beberapa kelemahan lain menyangkut keterbatasan internal pada UMKM adalah (Panggabean, 2007): (i) usaha yang tidak memisahkan kedudukan antara pemilik dengan struktur manajerial; dan (ii) masih menggunakan tenaga kerja dari kalangan keluarga. Kedua karakteristik ini menandakan bahwa UMKM sebagai sektor usaha yang masih bercorak tradisional. Corak tradisional pada UMKM berimplikasi pada manajemen usaha yang buruk, sehingga berimbas pada rata-rata omzet penjualan juga sangat kecil.

Omzet penjualan menjadi salah satu pengukuran definisi UMKM (Tabel 03). Rendahnya omzet UMKM menguatkan fenomena bahwa UMKM dihadapkan pada faktor kritis yang bersifat klasik, yakni persoalan kapasitas produksi sehingga daya pengembangan usahanya sangat terbatas (Cunningham& Rolley, 2007).

Tabel 4.
Definisi UMKM dari Aset Bersih dan Omzet Penjualan
(Berdasarkan UU. No. 20, Tahun 2008)

Kategori UMKM	Aset Bersih (Tidak Termasuk Tanah dan Bangunan)	Omzet Penjualan/ Tahun
Usaha Mikro	<Rp. 50.000.000	<Rp. 300.000.000
Usaha Kecil	Rp. 50.000.000-Rp. 500.000.000	Rp. 300.000.000-Rp. 2.500.000.000
Usaha Menengah	Rp. 500.000.000-Rp. 10.000.000.000	Rp. 2.500.000.000-Rp. 50.000.000.000

Sumber: Kementerian Koperasi& UMKM, 2012

Rendahnya kapasitas produksi UMKM juga dapat dilihat dari kinerja ekspor UMKM yang begitu rendah (Tabel 05). Berbeda dengan Usaha

Besar yang meskipun secara kuantitas hanya berjumlah 0,5%, namun tingkat ekspor yang dihasilkan begitu besar.

Tabel 5.
Tingkat Ekspor Non-Migas pada UMKM dan Usaha Besar (dalam Milyar)
(2008-2012)

Skala Usaha	2008	2009	2010	2011	2012
UMKM	178.008.3	162.254.5	54.114.821	187.441.82	166.626.5
<i>Usaha Mikro</i>	16.464.8	14.375.3	16.687.5	17.249.3	15.235.2
<i>Usaha Kecil</i>	40.062.5	36.839.7	38,001,0	39.311.7	32.508.8
<i>Usaha Menengah</i>	121.481.0	111.039.6	121.206.4	130.880.8	118.882.4
Usaha Besar	805.532.1	790.835.3	936.825.0	953.009.3	1.018.764.5

Sumber: Kementerian Koperasi& UMKM, 2012

Beberapa pendapat mengemukakan bahwa rendahnya tingkat ekspor UMKM dikarenakan karakteristiknya yang mempunyai tingkat resiko sedang (*moderate risk*) dan resiko tinggi (*high risk*) (Idar, 2012). Hal ini sekaligus menandakan bahwa UMKM mempunyai kinerja pemasaran yang masih sangat lemah. Kondisi ini menjadi penyebab mengapa target pasar UMKM di Indonesia relatif kecil dan mudah dikalahkan oleh produk dari negara lain (Hartanto, Cahyono& Dewani, 2013).

PEMBAHASAN

Kondisi Eksternal UMKM

Posisi UMKM dalam Perekonomian Nasional

Berdasarkan kondisi permasalahan internal UMKM dan sebagian perannya dalam perekonomian, maka dapat mengerucut pada dua tipikal UMKM, yaitu kondisi yang selama ini menjelaskan ragam kelemahan dari sisi karakteristik usaha, namun di sisi lain juga menjelaskan tentang peran pentingnya terhadap perekonomian nasional (meskipun dalam skala rendah). Kondisi demikian dapat merepresentasikan bahwa peran penting UMKM dalam perekonomian nasional sangat tergantung pada kondisi internal UMKM yang nyatanya masih sangat lemah.

Lemahnya kondisi internal sebagai penghambat tidak maksimalnya peran UMKM dalam perekonomian domestik

masih dihambat dengan kondisi eksternal. Beberapa argumen menyatakan bahwa kondisi eksternal UMKM ini sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah (Sudarno, 2012; Nasution, 2013). Salah satu permasalahan eksternal terbesar UMKM yang berasal dari kebijakan pemerintah adalah munculnya biaya transaksi yang tinggi (*high transaction costs economics*). Biaya transaksi yang sering muncul pada UMKM adalah (Yustika, 2008): (i) biaya dalam mencari informasi, (ii) biaya pembuatan, penegakan, dan monitoring kontrak; (iii) biaya menunggu dalam melakukan produksi dari satu periode ke periode yang lain, (iv) biaya manajemen, dan (v) biaya dalam melakukan distribusi. Beberapa biaya transaksi ini akibat infrastruktur dan

birokrasi yang tidak mendukung. Lemahnya infrastruktur dan birokrasi yang inefisien memiliki kecenderungan merugikan dalam pengembangan UMKM dalam jangka panjang (Hartanto, Cahyono & Dewani, 2013). Oleh karena itu, beberapa permasalahan ini semakin mereduksi potensi peran UMKM dalam perekonomian, sehingga posisinya dalam pasar menjadi sangat beresiko.

Disamping kebijakan pemerintah, juga dipengaruhi oleh peran perbankan yang kurang begitu mendukung. Implikasinya, sistem keuangan yang dapat diakses oleh UMKM masih bersifat eksklusif (*financial exclusion*). Tabel 06 memperlihatkan posisi kredit UMKM dan total kredit yang disalurkan pihak perbankan.

Tabel 6.
Perbandingan Kredit (Miliar Rupiah)

Tahun	Kredit Perbankan	Kredit UMKM	%
2008	2.046.534	633.945	30,98%
2009	2.318.255	737.385	31,81%
2010	2.809.789	926.782	32,98%
2011	3.465.997	1.609.556	46,44%
2012	4.237.425	1.877.003	44,30%

Sumber: Bank Indonesia (diolah), 2014

Bila dilihat, memang terdapat peningkatan porsi kredit UMKM pada tahun-tahun terakhir, akan tetapi

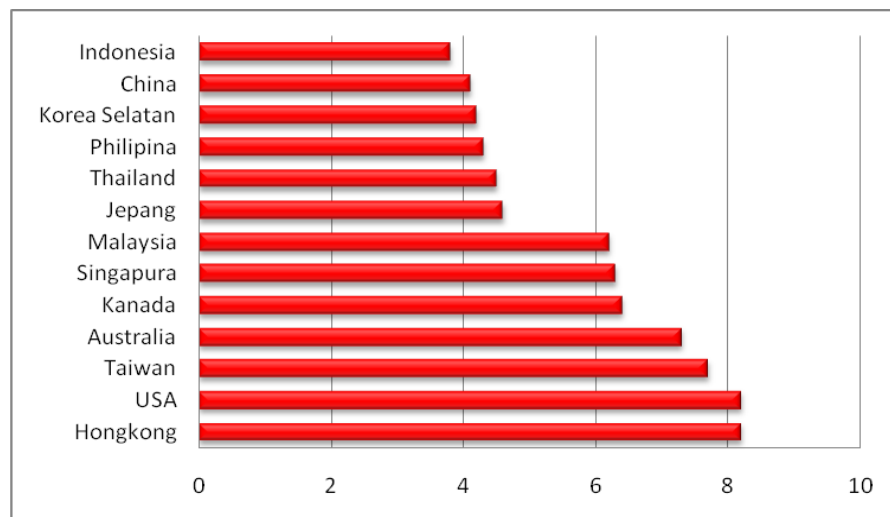
sebagian besar kredit masih mengalir pada pengusaha besar (Karyawati, 2014). Selain itu sebagian besar kredit

UMKM juga mengalir pada pihak-pihak yang menggunakannya untuk tujuan yang bukan mengembangkan UMKM. Hal ini kontra-produktif apabila dilihat keterlibatan UMKM pada perekonomian Indonesia yang menyumbangkan lebih dari 50% dari Produk Domestik Bruto (PDB).

Posisi UMKM Indonesia di Kawasan ASEAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa kondisi internal UMKM masih sangat lemah, sedangkan aspek eksternal kaitannya dengan kebijakan pemerintah juga kurang mendukung. Kondisi ini berimplikasi pada posisi daya saing UMKM Indonesia yang masih relatif tertinggal dari negara-negara ASEAN lainnya, seperti Thailand, Malaysia, Singapura, bahkan Filipina.

Gambar 3.
Daya Saing UMKM di Sejumlah Negara ASEAN dan APEC



Sumber: APEC, 2013

Nilai daya saing UMKM Indonesia tidak melebihi skala 4, sedangkan negara-negara ASEAN lain (termasuk negara anggota APEC non-ASEAN) berada di atas skala 4, bahkan ada yang berada di atas skala 6. Berdasarkan dari beberapa penelitian, seperti Wiyadi (2009), bahwa faktor penentu indeks daya saing UMKM di Indonesia lebih dipengaruhi oleh aspek

internal, yaitu karena faktor informasi pasar, SDM, dan teknologi : 1) Beberapa penelitian (seperti Hartanto, Cahyono& Dewani, 2013; Irjayanti& Azis, 2012) menunjukkan bahwa biaya produksi per unit dari UMKM di Indonesia sangat tinggi, yaitu rata-rata berindeks 5,68 (lebih tinggi dari industri menengah yang hanya 5,50). Hal ini dikarenakan rata-rata usaha mikro

mengalami persoalan terkait dengan keterbatasan informasi pasar, khususnya terkait perolehan input dan pemasaran output; 2) APEC (2013) menyebutkan bahwa nilai indeks daya saing unsur pengetahuan pada UMKM di Indonesia adalah rendah, khususnya informasi pasar, yaitu hanya sebesar 7,02 untuk skala kecil dan 6,08 untuk skala menengah. Rendahnya indeks daya saing pengetahuan ini disebabkan rendahnya kualitas sumberdaya

manusia pelaku UMKM, dimana rata-rata berpendidikan SD dan SMP; 3) Rendahnya daya saing selanjutnya karena rendahnya indeks unsur teknologi, dimana hanya 7,02 untuk skala kecil, dan 6,08 untuk skala menengah. Rendahnya indeks untuk faktor teknologi ini karena teknologi UMKM di Indonesia rata-rata sangat rendah dan kurang mengikuti perkembangan global.

Tabel 7.
Faktor-Faktor Penghambat Daya Saing UMKM di Indonesia

No	Faktor Bisnis	Skor
1	Korupsi	15.4
2	Birokrasi yang tidak efisien	14.3
3	Infrastruktur yang tidak memadai	9.5
4	Ketidakstabilan politik	7.4
5	Akses pada pembiayaan	7.2
6	Tenaga kerja terdidik yang memadai	6.3
7	Etika kerja yang buruk	6.2
8	Ketidakstabilan pemerintah	6.1
9	Inflasi	6.1
10	Peraturan pajak	6.0
11	Tingkat pajak	4.2
12	Peraturan buruh yang membatasi	3.6
13	Kriminalitas	2.7
14	Kesehatan umum yang buruk	2.5
15	Peraturan mata uang asing	2.3

Sumber: *World Economic Forum, 2011*

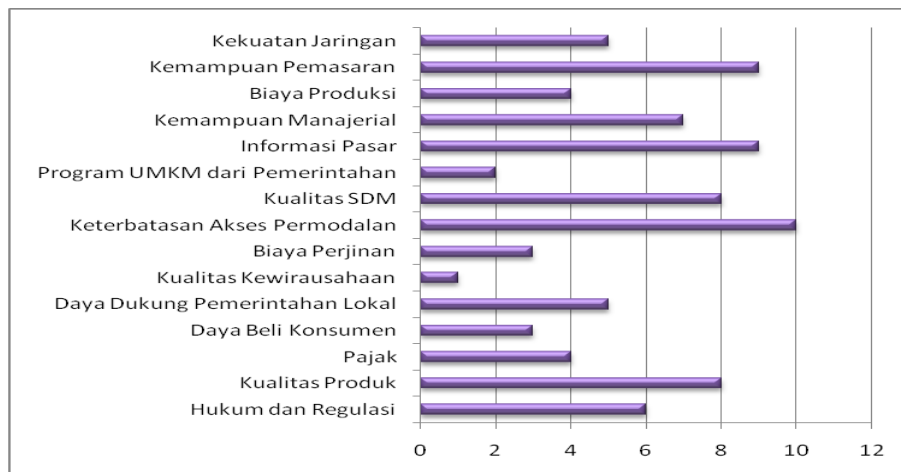
Meskipun aspek internal sebagai faktor utama rendahnya daya saing UMKM Indonesia di level ASEAN,

namun faktor eksternal juga masih menimbulkan ragam permasalahan penghambat daya saing UMKM.

Berdasarkan publikasi *World Economic Forum* (2011), beberapa faktor eksternal yang mempunyai skor tertinggi penghambat daya saing

UMKM adalah: (i) korupsi; (ii) birokrasi yang tidak efisien; dan (iii) infrastruktur yang tidak memadai.

Gambar 4.
Hambatan Pengembangan UMKM



Sumber: APEC, 2013

Sedangkan publikasi APEC (2013), hambatan pengembangan UMKM masih terkendala pada ragam permasalahan baik internal maupun eksternal. Berdasarkan Gambar 04, skor tertinggi adalah pada keterbatasan akses permodalan, kedua adalah kemampuan pemasaran, dan ketiga keterbatasan kemampuan aksesibilitas informasi pasar. Permasalahan permodalan yang diungkapkan APEC (2013) sesuai dengan penemuan dari Ramdhansyah& Silalahi, (2013), bahwa permasalahan terberat UMKM memang berasal dari permodalan. Mengingat total kredit bagi UMKM hanya Rp583,74 triliun, atau hanya 19,46% dari total kredit perbankan. Dari angka

ini, jumlah kredit UMKM terbesar pada Usaha Menengah yaitu sebesar Rp300,068 triliun atau 51,4%.

Tantangan UMKM dalam Menghadapi AEC 2015

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat ditegaskan bahwa kekhawatiran pada UMKM untuk masuk dalam AEC 2015 cukup beralasan, yaitu karena masih lemahnya aspek internal dan eksternal. Faktor internal dan eksternal menyebabkan daya saing UMKM di Indonesia menjadi sangat rendah (Tambunan, 2013). Berdasarkan penjelasan sebelumnya, permasalahan internal UMKM mencakup permodalan, input, proses produksi, dan pemasaran. Kesemuanya

menunjukkan masih terdapatnya ragam permasalahan. permasalahan dari sisi permodalan hingga pemasaran ini berimplikasi pada tiga hal, yaitu: a) Faktor keterbatasan permodalan berdampak pada karakteristik UMKM yang mudah masuk keluar pasar (*barrier to entry*) sehingga daya tahan keberlanjutan usaha sangat rendah. Daya tahan usaha yang rendah menandakan bahwa UMKM mempunyai resiko kegagalan usaha yang tinggi (*risk of loss*); b) Kapasitas dan kualitas produksi UMKM masih sangat rendah, sehingga tingkat profitabilitasnya juga sangat rendah. Kondisi ini berdampak pada lemahnya pengembangan investasi usaha, riset, dan inovasi; 3) Rendahnya manajemen usaha berimbas pada lemahnya pengembangan produksi maupun pemasaran. Sehingga UMKM masih mempunyai karakteristik beresiko sedang (*moderate risk*) dan resiko tinggi (*high risk*).

Sedangkan dari aspek eksternal, baik kondisi nasional maupun dalam lingkup ASEAN sama-sama masih menunjukkan ragam keterbatasan. Keterbatasan ini akibat dua faktor utama, yaitu kebijakan pemerintah (lingkungan infrastruktur yang kurang mendukung) dan peran perbankan

yang juga kurang mendukung : a) Salah satu permasalahan eksternal UMKM yang berasal dari kebijakan pemerintah adalah munculnya biaya transaksi yang tinggi (*high transaction costs economics*); b) Lemahnya infrastruktur dan birokrasi yang inefisien memiliki kecenderungan merugikan dalam pengembangan UMKM dalam jangka panjang; c) Peran perbankan yang tidak mendukung masih menghadirkan sistem keuangan yang eksklusif bagi UMKM

Bila permasalahan internal dan eksternal ini sulit diperbaiki, dapat dipastikan bahwa UMKM akan kalah bersaing dengan pelaku usaha dari negara-negara anggota AEC lainnya.

Strategi Pengembangan UMKM dalam Menghadapi AEC 2015

Untuk menghadapi kendala-kendala sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperlukan usaha-usaha perbaikan kinerja UMKM di Indonesia. Perbaikan ini mencakup aspek internal dan eksternal.

Perbaikan internal dan eksternal ini dapat mengadopsi sebagaimana strategi pengembangan UMKM di beberapa negara ASEAN. Sebagaimana diungkapkan Irjayanti& Azis (2012), beberapa program sukses

pengembangan UMKM di negara- Tabel 08 berikut:
negara ASEAN dapat dijelaskan dalam

Tabel 8.
Program Sukses Pengembangan UMKM di Beberapa Negara ASEAN

Aspek	Program
Regulasi	• Fasilitasi dan pengembangan infrastruktur (Kamboja) • Sistem pendaftaran usaha (Laos) • Forum dialog publik-swasta di level provinsi (Laos)
Inovasi dan teknologi	Peringkat daya saing UKM melalui peningkatan program bantuan teknologi industri (Thailand)
Pengembangan SDM	Paket kemampuan SDM (Singapura)
Internasionalisasi& ekspor	• Desain produk dan pusat pengembangan ekspor (Filipina) • Pusat bantuan teknis (Singapura) • UKM expo (Thailand)
Klaster& rantai nilai	• <i>One village one product</i> (Indonesia) • Kerjasama pengembangan INUDTSRI Kecil Menengah (IKM) Malaysia-jepang (Malaysia) • Program klaster industry (Thailand) • <i>Data-base</i> tentang pemeringkat kapasitas dan keterampilan pemasok lokal
Inkubasi	• centre (Brunei)
Aksesibilitas keuangan	• Kredit usaha rakyat (KUR) (Indonesia) • Kredit masyarakat (Filipina)

Sumber: Irijayanti& Azis, 2012

Salah satu contoh keberhasilan pengembangan UMKM adalah negara Thailand dan Malaysia. Kontribusi UMKM di Thailand pada tahun 2013 terhadap ketersediaan tenaga kerja mencapai 80,4% dan kontribusinya terhadap GDP nasional mencapai 37,8%. Kontribusi UMKM ini pada nilai ekspor nasional Thailand mencapai 29% (Chittithaworn, 2011). Fokus utama pengembangan usaha UMKM di Thailand adalah pemanfaatan bahan baku lokal yang diolah oleh masyarakat

lokal dan memiliki keunggulan tertentu. Untuk menunjang hal tersebut, pemerintah Thailand merumuskan *SMEs Master Plan* berjangka waktu menengah (lima tahun). Selain itu, pemerintah Thailand juga membantu dalam hal promosi dengan disusunnya *SME Promotion Plan* yang sudah diimplementasikan tahun 2007. Kelembagaan khusus juga dipersiapkan untuk mendukung UMKM. Kelembagaan tersebut adalah *The Departemen of Industrial Promotion*

yang berada di bawah kewenangan Kementerian Industri. Selain kelembagaan tersebut, pemerintah Thailand juga menyiapkan ISMED (*Institute for SME Development*). ISMED bertugas untuk memberikan konsultasi dan analisa kepada UMKM sehingga kesenjangan SDM dapat dijembatani melalui lembaga ini. Komitmen Thailand di dalam pengembangan UMKM tidak sampai disitu saja. Thailand juga mendirikan bank khusus UMKM dengan nama *Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand*. Bank ini bertugas untuk mengembangkan, mempromosikan dan menyediakan bantuan asistensi untuk UMKM melalui pemberian pinjaman, garansi, *venture capital*, jasa konseling dan berbagai jasa-jasa lainnya. Kesemua kebijakan ini dapat mereduksi kesulitan UMKM Thailand dalam menghadapi persoalan internal dan eksternal.

Selain Thailand, Malaysia merupakan salah satu anggota ASEAN yang sukses dalam pengembangan UMKM. Jumlah UMKM di Malaysia mencapai 99% dari total unit usaha, dan kontribusinya terhadap GDP mencapai 32%. Angkatan kerja dari sektor UMKM mencapai 56,4% dari total angkatan kerja. Selain itu, indeks

teknologi produk unggulan negara ini mencapai 1,72, jauh lebih tinggi dari pada Thailand dan Indonesia (Sin, 2010). Nilai indeks tersebut menggambarkan bahwa pengembangan riset sudah lebih baik dari pada negara lain. Sedangkan dalam menunjang perkembangan UMKM, pemerintah Malaysia telah merumuskan agenda pembangunan nasional, yaitu dalam *Ninth Malaysia Plan* dan *Industrial Master Plan*. Target yang ingin dicapai dalam pengembangan melalui program ini adalah peningkatan kontribusi UMKM terhadap GDP dari 32% menjadi 37%, terhadap nilai ekspor dari 19% menjadi 22%, dan peningkatan penyediaan tenaga kerja dari 56% menjadi 57%. Dalam implementasi kebijakan tersebut, pemerintah Malaysia telah membentuk *National SME Development Council*. Lembaga ini bertujuan untuk menjamin efektifitas dan koordinasi yang lebih baik dalam menjalankan program-program pemerintah. Selain itu, pemerintah Malaysia juga membangun *SME Bank Malaysia* yang bertujuan untuk memberikan bantuan keuangan kepada UMKM. Strategi *branding* juga dilakukan pemerintah Malaysia di

dalam membantu UMKMnya untuk lebih berkembang.

Kasus dari kedua negara (Thailand-Malaysia) dan berdasarkan kompilasi keberhasilan pengembangan UMKM di negara-negara ASEAN (Tabel 08), maka dapat dikembangkan beberapa faktor sebagai upaya perbaikan aspek internal dan eksternal UMKM di Indonesia, yaitu:

Aspek internal

Lin, et all (2001) mengatakan bahwa permasalahan paling urgent dari aspek internal UMKM di Indonesia untuk dipecahkan mencakup tiga komponen, yaitu: (i) permodalan; (ii) peningkatan kualitas produksi; dan (iii) peningkatan strategi pemasaran : a) Alasannya permodalan merupakan kunci dalam pengembangan kondisi internal UMKM karena dengan perbaikan permodalan dapat sekaligus mengembangkan kapasitas produksi dan perbaikan manajemen keuangan usaha (Hartanto, Cahyono& Dewani, 2013). Bantuan permodalan kepada UMKM dapat dioptimalkan dengan mengembangkan lembaga keuangan skala kecil dan menengah (sebagaimana dicontohkan oleh Thailand dan Malaysia); b) Peningkatan kualitas produksi dilakukan dengan mekanisme

pendampingan. Moore& Manring (2009) mengemukakan bahwa mekanisme pendampingan juga mencakup pengembangan relasi pelanggan dan jejaring bisnis UMKM. Hal ini berfungsi dalam menghadapi kendala sistemik dalam hal ekologi industri, ketahanan UMKM, dan keberlanjutan tata niaga. ; c) Sedangkan dalam meningkatkan strategi pemasaran, Mourougane (2012) mengungkapkan perlunya komunikasi pemasaran dan relasi pelanggan secara simultan. Karena hal ini merupakan faktor dominan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Beberapa perbaikan internal ini sangat penting bagi UMKM Indonesia dalam menghadapi AEC 2015.

Aspek eksternal

Sedangkan dari aspek eksternal, yang perlu ditekankan adalah pentingnya upaya mereduksi biaya transaksi : a) Biaya transaksi sangat tergantung pada efisiensi transportasi dan birokrasi, sehingga strategi untuk mereduksi biaya transaksi adalah dengan cara perbaikan infrastruktur dan mengefisiensikan birokrasi; b) Pentingnya kebijakan pemerintah yang lebih memihak UMKM yang bertujuan agar lingkungan usaha dapat

menghadirkan biaya yang murah dan kemudahan usaha. Untuk itu, beberapa peneliti mengungkapkan strategi yang berbeda. Seperti Gilberto, et al (2011) menyarankan pentingnya sertifikasi usaha sebagai salah satu contoh memudahkan fleksibilitas dan legitimasi usaha. Ia juga menemukan bahwa mencapai suatu sertifikasi itu tidak mudah, namun dengan diperolehnya sertifikasi akan menurunkan biaya. Selain sertifikasi, Panggabean (2007) mengusulkan untuk membuat pemetaan kegiatan pemberdayaan UMKM, seperti: (i) tersedianya *database* UMKM yang belum mendapat pelayanan permodalan; (ii) peningkatan sosialisasi dari pemerintah kepada bank; dan (iii) jumlah koperasi dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) anggota dan masyarakat yang akan dilayani. Sedangkan untuk melaksanakan usaha, maka peningkatannya dapat berupa: (i) peningkatan koordinasi di tingkat kabupaten/kodya, propinsi dan pusat dalam pelaksanaan kerjasama; dan (ii) komitmen secara nasional dari pemerintah untuk membantu usaha UMKM secara berkesinambungan.

Pengembangan dari aspek internal dan eksternal diatas dapat lebih ditingkatkan ketika peran perbankan

dapat dimaksimalkan. Hal ini sangat penting, mengingat peran perbankan dapat mereduksi tingkat keterbatasan aksesibilitas UMKM terhadap permodalan, disamping juga dapat membantu pemerintah dalam mengembangkan perbaikan dari aspek eksternal. Ada beberapa pertimbangan yang menjadikan posisi UMKM sangat penting dalam sektor perbankan, yaitu: (i) nyatanya, kredit macet sektor UMKM lebih rendah dari sektor korporasi; (ii) kredit sektor UMKM membantu dalam penyebaran resiko perbankan, yaitu nominal kecil namun nasabah yang banyak; dan (iii) sektor UMKM relatif bertahan dalam fluktuasi mata uang dan tidak tergantung pada bahan impor. Beberapa permasalahan keterbatasan aksesibilitas permodalan pada perbankan ini dapat diatasi melalui perbaikan kapasitas UMKM dan kebijakan perkreditan secara massif. Perbaikan kapasitas UMKM dilakukan melalui peran pemerintah seperti pendampingan dan mekanisme tata kelola kebijakan fiskal, seperti subsidi, pajak, dan kemudahan lain yang dapat memberikan insentif bagi pengembangan usaha UMKM.

Upaya lain dalam meningkatkan kinerja UMKM disampaikan oleh Alvarez (2004) yang menemukan

bahwa semakin besar usaha untuk memasuki bisnis internasional seperti AEC, maka proses inovasi dan pemanfaatan program promosi ekspor perlu ditingkatkan. Sehingga harus ada komite ekspor dalam memberikan kontribusi yang positif terhadap kinerja UMKM. Bruhn, et al (2012) menambahkan bahwa pemberian konsultasi bisnis kepada UMKM sangat penting dalam membantu meningkatkan kinerja UMKM. Berdasarkan program kesuksesan di beberapa negara ASEAN, keberadaan lembaga konsultan bisnis bagi UMKM nyatanya dapat memberikan dampak perbaikan kinerja UMKM yang signifikan.

Jika strategi pengembangan UMKM baik dari sisi internal dan eksternal masih cukup waktu lama (*time lag*) sedangkan AEC sudah diberlakukan, maka alternatif lain adalah memperkuat potensi pemasaran dalam negeri. Hal ini sebagai strategi yang dapat memaksimalkan pengembangan UMKM, karena daya saing UMKM domestik masih kalah jauh dari UMKM dari negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu, peran pemerintah dan perbankan sangat diperlukan sebagai mediator pengembangan pemasaran domestik. Dikatakan, pemerintah dan

perbankan juga sebagai agen yang difungsikan dalam membangun kekuatan jaringan UMKM (Jiang, 2009). Secara operasional, UMKM dapat memanfaatkan keterkaitan (*linkage*) melalui sistem informasi yang difasilitasi oleh pemerintah. Implikasinya, akan membawa pada keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competition advantage*), (Utama, 2003; Hutagaol et.al, 2011; Pawitan, 2012). Maka, dapat dikatakan bahwa terjadi rantai yang menghubungkan berbagai aspek spesifik dari *value chain* para anggota atau mitra yang terdiri dari teknologi, kapabilitas (produksi, pemasaran, dan manajemen), serta produk (Utama, 2003). Penjelasan ini konsisten dengan apa yang dikatan Setiawan (2004), bahwa kegiatan ekonomi yang optimal tak terlepas dari aspek tujuan dalam hubungan jaringan sehingga menjadi kekuatan dasar secara sosial.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan uraian sebelumnya, nampak bahwa karaktersitik UMKM di Indonesia mempunyai tingkat daya saing yang masih sangat rendah. Rendahnya daya saing UMKM dikarenakan permasalahan aspek internal dan eksternal. Hal ini

akan sangat riskan bila memasuki pasar bebas seperti AEC.

2. Orientasi kebijakan yang patut dikembangkan dalam menguatkan UMKM menghadapi AEC 2015 adalah memperbaiki aspek internal dan eksternal:

- a. Aspek internal lebih berorientasi pada perbaikan: (i) aksesibilitas permodalan; (ii) perbaikan kapasitas dan kualitas produksi; dan (iii) perbaikan kualitas pemasaran.
- b. Sementara aspek eksternal lebih berorientasi pada perbaikan infrastruktur dan kebijakan pemerintah yang selama ini masih menimbulkan ekonomi berbiaya tinggi.
- c. Strategi internal dan eksternal membutuhkan cukup waktu (*time lag*), sehingga alternatif strategi lain UMKM dalam menghadapi AEC 2015 adalah dengan mengoptimalkan potensi pemasaran domestik yang dimediasi oleh pemerintah dan perbankan.

SARAN

Kebijakan yang dibuat pemerintah dalam mengembangkan UMKM sebagai strategi menghadapi AEC 2015

harus melalui dua sisi, yaitu aspek internal dan eksternal.

- a. Perbaikan aspek internal harus dapat mengembangkan mulai dari sisi hulu hingga hilir, yaitu seperti perbaikan akses permodalan, perbaikan jaringan bahan baku, teknik produksi, dan teknik pemasaran.
- b. Sedangkan aspek eksternal adalah lebih banyak pada ranah pemerintah seperti perbaikan infrastruktur dan kemudahan usaha.
- c. Mediasi optimalisasi faktor internal dan eksternal adalah melalui perbankan dan pemerintah. Peran perbankan adalah dalam hal pengucuran kredit dalam rangka mengembangkan sistem keuangan yang inklusif bagi UMKM. Sedangkan peran pemerintah sebagai fasilitator pemasaran dalam mengoptimalkan potensi pasar domestik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Alvarez, R.E. Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: the impact of public programs. *International Business Review*. 2004 Volume 13, Issue 3, pp.383–400.
2. APEC, Small and Medium Enterprises. (internet) 2013. (cited

- 2013 05 December 2014) Available from: <http://www.apec.org>
3. Association of Southeast Asian Nations. 2008. ASEAN Economic Community Blueprint. ASEAN Secretariat: Jakarta
4. Bank Indonesia. Kredit UMKM. (internet) 2014. (cited 2014 28 Januari) Available from: <http://www.bi.go.id>
5. Barbara, F., Fliess, B. The Role Trade Barriers in SME Internalization. 2006 OECD Trade Policy Working Paper, No. 45
6. Basu, S.B. A Critical Look at the ASEAN Economic Community Scorecard. (internet) 2012. (cited 2014 Dec 14) Available from: <http://www.eastasiaforum.org>
7. BPS. 2014. Profil Industri Kecil dan Mikro 2010, Desember, Jakarta
8. BPS. 2014. Perkembangan UMKM pada Periode 1997-2012, Jakarta
9. Bruhn, Miriam and Karlan, Dean S. and Schoar A. 2012. The Impact of Consulting Services on Small and Medium Enterprises: Evidence from a Randomized Trial in Mexico. CEPR Discussion Paper No. DP8887. <http://ssrn.com/abstract=2034105>.
10. Chia, S.Y. The ASEAN Economic Community: Progress, Challenges, and Prospects. ADBI Working Paper Series. 2013 No. 440
11. Chittithaworn, C., et al. Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. Asian Social Science. 2011 Vol. 7, No. 5, May.
12. Constantin, D. L. Small and Medium Enterprises, Regional Development and Networking: The Emerging Framework in Romania. 2002 Romanian Journal of European Affairs. Vol. 2, No.4.
13. Cunningham, L. X. & Rowley, C. Human resource management in Chinese small and medium enterprises. Personnel Review. 2007 36(3), 415-439.
14. Gilberto Santosa, Fátima Mendesb, Joaquim B. Certification and integration of management systems: the experience of Portuguese small and medium enterprises. Journal of Cleaner Production. 2012 Volume 19, Issues 17–18, pp. 1965–1974.
15. Hamid, E.S. 2010. Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Daerah. Simposium Nasional: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif.
16. Hartanto, A.D., Cahyono, T., Dewani, N.A.T. SMEs Competitiveness Analysis in Probolinggo East Java Province, Journal of Global Entrepreneurship. 2013 Vol 5 No. 1, pp 24-38.
17. Hendrawan, B. The Small Medium-Sized Enterprise's Characteristic in Batam Free Trade Zone that Able to Acquire Debt. Procedia Economics and Finance. 2012 Vol 4, 76-85.
18. Hutagaol, P., et al. Analisis Daya Saing Susu Murni Produksi Koperasi dan Formulasi Kebijakan Peningkatan Daya Saingnya di Pasar Dalam Negeri: Studi Kasus

- Pada Koperasi Susu di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi*. 2011 Vol. XXI. No. 2, 60-77.
19. Idar, R., Yussof, Y., and Mahmood, R. The Effect of Market Orientation as Mediator to Strategic Planning Practices and Performance Relationship: Evidence from Malaysian SMEs. *Procedia Economics and Finance*. 2012 Vol 4, 68-75.
20. Irjayanti, M., and Azis, A. M. Barrier Factors and Potential Solution for Indonesian SMEs. *Procedia Economics and Finance*. 2012 Vol 4, 3-12.
21. Jiang, B. Flexible Business Process Integration for Clusters of Small-Medium Sized Enterprises in Heterogenous Environment. *Journal of Software*. 2009 Vol. 4, No. 4, June.
22. Karyawati, G. Laporan Keuangan UMKM Alternatif Agunan Kredit UMKM. *UMKM Outlook 2014, Membangun Kewirausahaan Berbasis Usaha Masyarakat*. 2014
23. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. 2014. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2008-2012.
24. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. 2014. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.
25. Kenan Institute Asia. 2012. The ASEAN SME Regional Development Fund Conceptual Framework. Ministry of Foreign Affairs, Kingdom of Thailand.
26. Lin, Justin Yifu & Yongjun Li. Promoting the Growth of Medium and Small-sized Enterprises through the Development of Medium and Small-sized Financial Institutions. *Economic Research Journal* 2011-01.
27. Marijan K. Mengembangkan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Kluster. *INSAN*. 2005 Vol. 7 No. 3, Desember.
28. Moore Samuel B.; Susan L. Manring. Strategy development in small and medium sized enterprises for sustainability and increased value creation. *Journal of Cleaner Production*. 2009 Vol. 17, Issue 2, Pages 276–282.
29. Mourougane, A. Promoting SME Development in Indonesia. *OECD Economics Department Working Papers*. 2012 No. 995, OECD Publishing.
30. Nasution, D. Membangun Kelembagaan Ekonomi untuk Mendukung Daya Tahan dan Daya Saing. *Prosiding Seminar Nasional & Sidang Pleno ISEI XVI. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia*. 2013
31. Panggabean R. 2007. Profil Inkubator dalam Penciptaan Wirausaha Baru. *Kementerian KUKM: Jakarta*.
32. Pawitan, G. Characteristics of Small Medium Manufacturing Industries in The Era of ACFTA : Case Study From West Java. *Procedia Economics and Finance*. 2012 Vol 4, 130-139.
-

33. Ramdhansyah & Silalahi, S.A. Pengembangan Model Pendanaan UMKM Berdasarkan Persepsi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. 2013 Vol.5, No. 1
34. Setiawan, A. H. Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. *Dinamika Pembangunan*. Vol. 2004 1, No. 2, Desember, 118-124.
35. Sin, K.C. The Success Stories of Malaysian SMEs in Promoting and Penetrating Global Markets through Business Competitiveness Strategies. Asia Research Centre, CBS, Copenhagen Discussion Papers. 2010, No. 33
36. Sudarno. Kontribusi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Depok. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora Epigram*. 2012 Vol 9, No 1
37. Suyatna, H. 2012. Reorientasi Kebijakan UMKM di Era Asia China Free Trade Area (ACFTA). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: UGM Yogyakarta.
38. Tambunan, T. Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015: Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia. Prosiding Seminar Nasional & Sidang Pleno ISEI XVI. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia. 2013
39. Utama, A. Perusahaan Dalam Era Persaingan Global Melalui Aliansi Strategis. *Kajian Bisnis*. 2003 No. 30, Desember, 57-73.
40. Wiyadi. Pengukuran indeks daya saing industry kecil menengah (IKM) di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*. 2009 Vol. 13, No. 1, pp. 77-92.
41. World Economic Forum (WEF). (internet) 2011. (cited 2015 Jan 29) Available from <http://www.bappenas.go.id>
42. Yustika, A.E; 2008. Ekonomi Kelembagaan ; Definisi, Teori dan Strategi. Bayu Media Publishing: Malang.
43. Yustika, A.E. 2009. Ekonomi Politik: Kajian Teoritis dan Analisis Empiris; Pustaka Pelajar; Yogyakarta.