

Peranan Ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Perekonomian Indonesia

Maizar*¹

¹STIE Ibnu Sina Batam, Jl. Teuku Umar, Lubuk Baja, Kota Batam

¹Program Studi Manajemen, STIE Ibnu Sina, Batam

e-mail: *¹maizarunj@gmail.com

Abstrak

Ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran cukup besar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. Kontribusi nilai ekspor UMKM pada tahun 2010 mencapai 28,21 milyar USD atau 16,69 persen. Nilai ekspor tersebut meningkat sebesar 7,5 % dibandingkan dengan nilai ekspor pada tahun 2011 sebesar 139,7 milyar US\$. Tetapi kenyataannya kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih rendah yaitu sebesar 15,7 %. Angka tersebut juga lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya seperti Vietnam 17 %, Malaysia 28 % dan Thailand 35 %. Rendahnya ekspor UMKM Indonesia disebabkan oleh rendahnya pemahaman SDM mengenai prosedur ekspor impor, standarisasi, sertifikasi dan packaging serta keterbatasan modal.

Kata kunci—Ekspor UMKM, daya saing, SDM, Modal, Peran Pemerintah

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat strategis dalam menyerap tenaga kerja (88%) (Laporan BPS, 1996, dalam buku Konvernas II UK, 1998). Di dalam rencana dan strategi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dinyatakan bahwa usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil, bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, belum berbadan hukum, dan hasil penjualan tahunan paling banyak 100 juta rupiah atau kekayaan bersih paling banyak 50 juta rupiah. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan paling banyak 200 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan usaha atau hasil penjualan tahunan paling banyak 1 milyar rupiah, sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari 200 juta rupiah sampai paling banyak 10 milyar rupiah.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Peranan Ekspor UMKM

Menurut laporan Badan Pengembangan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan GTZ (1998) bahwa beberapa Usaha Kecil (UK) mampu memperoleh keuntungan di masa krisis, khusus yang aktifitasnya berorientasi ekspor dan menggunakan bahan baku utama dan input lain berasal dari local, seperti UK makanan dan minuman, kayu, kulit- akibat dari apresiasi nilai tukar dollar terhadap rupiah.

Pada konferensi tentang krisis ekonomi Indonesia 1998, sangat diharapkan bahwa untuk pemulihan ekonomi di Indonesia perlu dipacu oleh pertumbuhan ekspor yang tinggi.

Data tentang perkembangan nilai ekspor non migas menurut skala usaha pada tahun 2000-2003 (laporan BPS dalam renstra UKM 2005-2009), mengindikasikan bahwa omzet usaha mikro dan kecil 61,6% dipengaruhi oleh konsumsi rumah tangga dan hanya 19,5% dipengaruhi oleh ekspor sedang usaha besar lebih dipengaruhi ekspor 44,3%.

Pada renstra 2005-2009 ini pemerintah mengharapkan untuk dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan menargetkan pertumbuhan ekspor UMKM sebesar 5% per tahun. Ini artinya bahwa pemerintah mempunyai suatu keinginan yang kuat walaupun secara perlahan, untuk merubah proporsi ekspor nasional melalui pengusaha kecil. Permasalahannya sampai saat ini adalah bagaimana daya saing UKM dipasar ekspor?

2.2 Daya Saing UMKM di Pasar Ekspor

Prestasi ekspor (export performance) sangatlah ditentukan oleh daya saing ekspor. Cavusgil dan Zou (1994) mendukung bahwa sebagai kunci penentu prestasi di pasar ekspor adalah ditentukan oleh kompetensi perusahaan (firm's international competence) di pasar internasional dan komitmen kepengurusan (managerial commitment). George S. di dalam Journal of international Marketing, 2000, menjelaskan bahwa ada dua variable signifikan yang paling menentukan keunggulan bersaing (competitive advantage) yaitu motivasi dan komitmen.

Sejalan dengan itu Katsikeas and Morgan (1993) dan Album (1990) menyatakan bahwa masalah utama dari UKM berhubungan kepada marketing dan kompetisi. Dari studinya memperlihatkan dengan jelas ketidakberdayaan UKM dalam melakukan ekspor ke luar negeri. Kurangnya informasi pemasaran ke luar negeri adalah suatu aspek penentu utama yang melemahkan motivasi mereka untuk mengekspor. Di sisi lain mungkin juga benar dan perlu diungkapkan, bahwa dukungan atau kebijakan pemerintah adalah tidak efektif bagi UKM pada lingkungan pasar internasional dan dalam mempersiapkan praktik manajemen yang terbaik bagi UKM untuk mewadahi mereka dalam persaingan internasional.

Pemasaran dan perencanaan pertumbuhan jangka panjang dari UKM adalah kekuatan utama dalam mengekspor produk-produk ke luar negeri. Peter Drucker selaku tokoh manajemen tersohor dunia berpendapat bahwa marketing bukan sekedar salah satu fungsi manajemen tetapi fungsi bisnis secara total, karena itu setiap organisasi bisnis hanya mempunyai dua fungsi utama yaitu marketing dan inovasi.

Konsep ini kalau dilihat telah sukses dijalankan oleh Jepang dalam mengekspor mobil (komptisi baru; Kunci Sukses Jepang, 1983) dengan konsep "Japan Incorporated" sama dengan konsep total marketing, artinya terdapat keterkaitan yang kuat antara seluruh bagian sebagai penyokong sukses ekspor industri mobil; kementerian perdagangannya, perbankan, pendidikan, pengusaha kecil, dan lain-lain, mempunyai satu tanggung jawab utama mensukseskan ekspor dengan meningkatkan keunggulan kompetisinya.

Usaha kecil dilatih oleh industri mobil sebagai induknya berperan sebagai pembuat sparepart (subcontract), atase perdagangan di luar negeri menggunakan mahasiswa doctoral meneliti tentang mobil yang diminati masyarakat setempat di berbagai belahan dunia. Motivasi mereka untuk mengekspor terlihat sangat kuat sebagai motivasi nasional, ketandusan tanah di Jepang; 60 % dari kebutuhannya harus diimpor, jadi harus diimbangi dengan sukses di bidang ekspor.

2.3 Lemahnya Peran Pemerintah

Kalau kita amati di Indonesia, sampai saat ini keseriusan pemerintah terhadap pembinaan UKM masih merupakan pertanyaan dikalangan akademisi maupun praktisi terutama jika dikaitkan dengan efektifitas berbagai program pembinaan UKM itu sendiri. Hal tersebut secara gamblang dinyatakan oleh Hill (2001) bahwa usaha kecil dan menengah secara jelas dan konsisten merupakan prioritas pemerintah Indonesia, terlihat pada dokumen-dokumen penting pemerintah

seperti REPELITA, GBHN, dan banyak pernyataan pemerintah. Dukungan kepada UKM dapat digambarkan dengan adanya Kementrian UKM secara terpisah (bersama dengan koperasi) yang didirikan 1993, namun menurut Hill tidak pernah adanya evaluasi komprehensif tentang program-program pengembangan UKM tersebut dan sejauhmana efektifitasnya. Tetapi kebanyakan riset menyimpulkan bahwa program-program sangat tidak efektif.

Sejalan dengan hal tersebut Prasetyantoko (2001) menyatakan bahwa babk baru pembangunan ekonomi yang berbasis kepentingan rakyat, telah begitu lama bias pada kepentingan kaum bermodal, dengan hanya memperhatikan indicator-indikator makro ekonomi, seperti Gross Domestic Product (GDP) dan pertumbuhan ekonomi.

Berbagai kelemahan yang dimiliki UK seperti dipaparkan di atas merupakan suatu tantangan yang mengakibatkan UK kelihatannya lebih memilih berkecimpung di pasar domestic dari pada di pasar ekspor, padahal pasar ekspor menawarkan keuntungan yang begitu menggiurkan. Dalam menghadapi tantangan global Norlaila (1999) menyatakan bahwa di era globalisasi, industri kecil menghadapi tantangan hebat di pasar internasional atau dengan kata lain untuk menjadi eksportir. Di sisi lain Hill (2001) mengatakan pengalaman internasional menyarankan bahwa sector usaha kecil yang efisien mampu mendorong pertumbuhan industri yang cepat dan struktur industri yang fleksibel.

2.4 Pendekatan Cluster Meningkatkan Produktivitas dan Efisiensi UKM

Humphrey (1995) mengatakan bahwa cluster adalah suatu sentra yang luas dari perusahaan-perusahaan kecil dan menengah di dalam bidang berdekatan dan spesialisasi dalam sector tertentu. Cluster Industri memperoleh daya tarik yang signifikan ketika industri sepatu di Emilia, Italy menunjukkan prestasi industri dikaitkan dengan pertumbuhan ekspor sejak tahun 1980 an, sejalan dengan merosotnya kondisi ekonomi di Italy.

Dalam menghadapi berbagai tantangan dan untuk mengatasi kelemahan UKM itu sendiri, suatu model pengembangan cluster telah terbukti berhasil memperkuat UKM diberbagai belahan dunia sebagaimana dikatakan Michele dkk (2000), seperti di Amerika dan Amerika Latin, India, dan saat ini sedang dilaksanakan di Afrika seperti Madagascar, Maroko, Zimbabwe dan di negara Asia seperti Indonesia. Suatu gambaran kunci dari pendekatan cluster ini bahwa eksistensi cluster adalah diindikasikan oleh adanya kekuatan di dalam diri UKM berupa keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil survey literature mengenai perkembangan Sentra-sentra industri Kecil dan Menengah (IKM) di Eropa Barat, Klapwijk (1997) dalam Tambunan (1999) menyimpulkan bahwa sentra yang ideal seperti yang ada di Eropa Barat adalah sentra yang menghasilkan tingkat collective Efficiency yang tinggi melalui pencapaian skala yang ekonomis, tingkat fleksibilitas yang tinggi dari individu perusahaan dalam menghadapi perubahan pasar, kerjasama yang intensif antara sesama perusahaan (vertical, Horizontal maupun multilateral) dan menciptakan agglomeration efficiencies yang timbul dari adanya eksternal ekonomis.

Hill (2001) menjelaskan bahwa ada suatu tren yang jelas terhadap pengelompokan industri pada perusahaan di Indonesia. Pengelompokan perusahaan juga memberikan suatu landasan untuk mendirikan pelembagaan industri yang mampu menyokong industri (Mitsubishi, 1999).

Jaringan industri seperti ini, menyumbangkan suatu nilai tersendiri dan budaya dalam satu lokasi, dan penciptaan nilai-nilai ekonomi secara eksternal dan menciptakan adanya aksi bersama (joint action), yang menghasilkan efisiensi bersama dan menjadikan perusahaan-perusahaan yang berada di dalam cluster menjadi kompetitif, dalam beberapa kasus bahkan pada pasar internasional.

Banyak usaha kecil dan menengah mempunyai jaringan yang dekat kepada sector agriculture, dalam hal aktifitas processing dan distribusi. Kiranya banyak yang terlaksana dengan sangat baik. Suatu contoh pengusaha kecil produsen furniture Jepara memiliki nilai keaslian masa lampau, tetapi juga mulai bertumbuh cepat pada tahun 1980 an. Industri ini berdasarkan kepada tenaga ahli local yang bagus bersamaan dengan akses terhadap bahan baku,

dan orang-orang assign melihat dengan cepat adanya peluang ekspor yang menguntungkan ini melalui deregulasi yang diterapkan.

Hal ini telah lama dikatakan oleh Smith (1994), perusahaan dan perdagangan furniture secara cepat telah menjadi industri / pasar global. Produk furniture yang alamiah, didistribusikan dan dipromosikan secara global. Furniture adalah salah satu dari sekian produk yang membiayai dirinya sendiri untuk internasionalisasi dalam arti bentuk (design) dan fungsinya. Produk furniture membentuk fungsi yang sama melewati batas kultur, seperti kursi, tempat tidur, ruang tamu, gudang dan tempat pameran.

Menurut Soestrisno (2002) bahwa jumlah cluster usaha di Indonesia ada 12000 tetapi yang difasilitasi oleh pemerintah masih sedikit (1000 sentra). Namun sayangnya kalau diamati lebih dalam masih sangat sedikit yang benar-benar siap menjadi wadah untuk meningkatkan produktifitas dan efisiensi UKM dalam memasuki pasar ekspor.

4. SIMPULAN

Kecilnya peranan ekspor UMKM dikarenakan oleh lemahnya daya saing UKM itu sendiri terutama di pasar ekspor. Kompetensi dan komitmen yang tinggi dari semua unsur terkait terutama peran pemerintah di pasar internasional sangat kurang, sehingga upaya peningkatan peran ekspor UKM dapat menjadi tujuan UKM itu sendiri. Padahal UKM mempunyai peranan yang sangat strategis dalam pemerataan pembangunan ekonomi kita yang sedang mengalami banyak tantangan.

5. SARAN

Dari penelitian dan pengamatan yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat diambil antara lain : 1) Pengamatan ini harus dilakukan secara kontinyu sehingga dapat dipantau pengembangan UMKM yang ada di Indonesia; 2) peran pemerintah di pasar internasional sangat perlu ditingkatkan; 3) upaya peningkatan peran ekspor UKM dapat dijadikan sebagai motivasi bersama

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, N. C., Sanusi, S., & Ar, M. W. (2018). ANALISA PENGENDALIAN PERSEDIAAN KABEL RG 6 DENGAN MENGGUNAKAN METODE MATERIAL REQUIREMENTS PLANING (MRP) DAN VENDOR MANAGED INVENTORY (VMI). *Jurnal Teknik Ibnu Sina JT-IBSI*, 3(1).
- Bappenas dan GTZ.1998. Stabilizing and Strengthening Viablae and Promising Small and Medium Size Enterprises, Microenterprises and Cooperatives, Action Plan 1,2,3 . Jakarta: Bappenas-GTZ SME Promotion Project.
- Cavusgil,S. Tamer and Michael R. Czinkota, eds.1980. International Prespectives on Trade Promotion and Assistance, New York: Quorum Books.
- Hill, Hal.2001. Small Medium Enterprises in Indonesia. Journal vol. 41 issue 2, p248, 23p. Asian Survey.

- Humphrey, J.1995. Industrial Reorganization in Developing Countries: From Models to Trajectories, *World Development* . Journal vol 23 (No 1), 149-162.
- Keiju Mitsuhashi. 1999. International Converence, A Chalanger For small and medium Enterprises in Japan: Reorganization of industrial Clustering,p7.
- Konferensi Nasional Usaha Kecil II.1998. Kekuatan Kolektif sebagai Strategi Mempercepat Pemberdayaan Usaha Kecil. Prosiding, hal 1
- Laporan Konferensi Tentang Krisis Ekonomi Indonesia. 23-25 November.1998. Canberra Jointly Organized by Australian National University and Faculty of Economics University of Indonesia.
- Michele, Clara, Fabio, Russo, and Muchesh, Gulati.2000. Cluster Development and BDS Promotion: UNIDO's Experience in India, Hanoi, Vietnam: International Conference.
- Norlaila Abu Bakar. 1999. Export Potential of SMEs. Penang-Malaysia: International Conference.
- Prasetyantoko A. 2001. Arsitektur Baru Ekonomi Global. Jakarta: IKAPI.
- Smith M. Paul. 1994. The Globalization of Furniture Industries /Markets. *Journal of Global Marketing*. Vol 7 (3).
- Soetrisno, Nur. 2002. Pengembangan UKM melalui Cluster. *Kerjasama Bina Masyarakat Madani dengan Asosiasi BDS Indonesia*.
- Tambunan, Tulus. 1999. The Importance of Small Scale Industries for the Rural Poor and The Monetary Crisis on the Industries: A case of Indonesia, Penang –Malaysia: International Conference.
- Yasra, R., & Alamsyah, N. (2018). ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN BERAS KAMPUNG INDAH 25 KG DENGAN MENGGUNAKAN METODE PERAMALAN DI UD. CAHAYA KEPRINDO. *Jurnal Teknik Ibnu Sina JT-IBSI*, 3(2).