

USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA

Oleh : Sanata Prayojana, Asdarina
STKIP Mutiara Banten
sanata.stkipmb@gmail.com

Abstrak. Koperasi menjadi prioritas lembaga perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Maka banyak pelatihan tidak dipungut biaya yang diadakan oleh koperasi bekerja sama dengan lembaga pemerintahan. Kesempatan tersebut sangat bermanfaat bagi masa depan usaha. Terutama usaha yang masih digolongkan sebagai UMKM (kecil dan menengah). Kebanyakan pelatihan itu ditujukan bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang diusahakan terus bertumbuh di Indonesia.

Jenis pelatihannya pun macam-macam, dari mulai pelatihan manajemen usaha, keuangan, kemasan dan kualitas produk. Bahkan pelatihan perizinan usaha, kehalalan serta proses ekspor ke luar negeri pun ada.

Kata Kunci : Pengusaha UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistik dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Oleh karena Perlu adanya kesadaran kita untuk

mengembangkan UMKM di Indonesia agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

B. USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistik dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Dalam mengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) setidaknya

ada Empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola UMKM, yaitu:

1. Aspek Pengelolaan Keuangan
2. Aspek Pengelolaan SDM
3. Aspek Pengelolaan Operasional
4. Aspek Pengelolaan Pemasaran

C. USAHA MIKRO KECIL

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Adapun kriteria usaha Mikro menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, antara lain:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 300.000.000,00 (*ket.: nilai nominal dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur oleh Peraturan Presiden*)

Ciri-ciri yang ada di usaha mikro, antara lain:

- Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
- Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasinya karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non mikro, antara lain :

- Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi, kemampuannya menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang;
- Tidak sensitif terhadap suku bunga;
- Tetap berkembang walau dalam situasi krisis ekonomi dan moneter;
- Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Namun demikian, disadari sepenuhnya bahwa masih banyak usaha mikro yang sulit memperoleh layanan kredit perbankan karena berbagai kendala baik pada sisi usaha mikro maupun pada sisi perbankan sendiri.

Profil usaha mikro yang selama ini berhubungan dengan Lembaga Keuangan, adalah:

1. Tenaga kerja, mempekerjakan 1-5 orang termasuk anggota keluarganya.
2. Aktiva Tetap, relatif kecil, karena *labor-intensive*.
3. Lokasi, di sekitar rumah, biasanya di luar pusat bisnis.
4. Pemasaran, tergantung pasar lokal dan jarang terlibat kegiatan ekspor-impor.
5. Manajemen, ditangani sendiri dengan teknik sederhana.
6. Aspek hukum: beroperasi di luar ketentuan yang diatur hukum: perijinan, pajak, perburuhan, dll.

D. USAHA KECIL

Usaha kecil merupakan usaha yang integral dalam dunia usaha nasional yang memiliki kedudukan, potensi, dan peranan yang signifikan dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Selain itu, usaha kecil juga merupakan kegiatan usaha dalam memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas, agar dapat mempercepat proses pemerataan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Definisi usaha kecil menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.

20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan yang dilakukan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. Perbedaan usaha kecil dengan usaha lainnya, seperti usaha menengah dan usaha kecil, dapat dilihat dari:

1. Usaha kecil tidak memiliki sistem pembukuan, yang menyebabkan pengusaha kecil tidak memiliki akses yang cukup menunjang terhadap jasa perbankan.
2. Pengusaha kecil memiliki kesulitan dalam meningkatkan usahanya, karena teknologi yang digunakan masih bersifat semi modern, bahkan masih dikerjakan secara tradisional.
3. Terbatasnya kemampuan pengusaha kecil dalam mengembangkan usahanya, seperti: untuk tujuan ekspor barang-barang hasil produksinya.

Sedangkan pada hakikatnya penggolongan usaha kecil, yaitu:

1. Industri kecil, seperti: industri kerajinan tangan, industri rumahan, industri logam, dan lain sebagainya.
2. Perusahaan berskala kecil, seperti: toserba, mini market, koperasi, dan sebagainya.
3. Usaha informal, seperti: pedagang kaki lima yang menjual barang-barang kebutuhan pokok.

Kekuatan dan kelemahan usaha kecil

- Modal terbatas
- Kredibilitas
- Permasalahan pegawai

Kekuatan usaha kecil

- Sentuhan pribadi
- Motivasi yang lebih tinggi
- Fleksibilitas yang tinggi

Faktor faktor yang mengakibatkan kelemahan usaha kecil

1. Keterbatasan Modal

Menyeimbangkan “uang masuk” dan “uang keluar” adalah sebuah perjuangan, terutama ketika mencoba melakukan perluasan usaha. Bukannya mendapatkan pelayanan istimewa dari pemilik modal ketika mengajukan pinjaman, pelaku usaha kecil malah lebih sering merasa diperlakukan seperti warganegara kelas dua. Perusahaan kecil tidak dapat menggunakan sistem kredit sebagai cara menjual semudah yang dilakukan perusahaan besar. Selain itu, kebanyakan usaha kecil memiliki masalah untuk tetap bertahan selama periode menunggu produk mereka dapat diterima pasar.

2. Permasalahan Kepegawaian

Usaha kecil tidak mampu membayar gaji yang besar, serta menyediakan kesempatan dan status yang biasanya terdapat pada perusahaan besar. Pemilik usaha kecil harus berkonsentrasi pada permasalahan sehari-hari dalam menjalankan bisnis dan biasanya memiliki sedikit waktu untuk memikirkan tujuan atau rencana jangka panjang.

3. Biaya langsung yang tinggi

Usaha kecil tidak dapat membeli bahan baku, mesin, atau persediaan semurah perusahaan besar, atau mendapatkan diskon untuk volume pembelian yang lebih besar seperti produsen besar. Jadi biaya produksi per unit biasanya lebih tinggi untuk usaha kecil, tetapi pada umumnya biaya operasional (overhead) biasanya lebih rendah.

4. Keterbatasan varian usaha

Sebuah perusahaan besar yang memiliki banyak sektor usaha dapat saja mengalami hambatan di salah satu usahanya, tapi mereka tetap kuat. Hal ini tidak berlaku bagi usaha kecil yang hanya memiliki sedikit produk. Usaha kecil sangat rentan jika produk baru mereka tidak laku, atau jika salah satu pasarnya

terkena resesi, atau jika produk lamanya tiba-tiba menjadi ketinggalan zaman.

5. Rendahnya kredibilitas

Masyarakat menerima produk perusahaan besar karena namanya dikenal dan biasanya dipercaya. Usaha Kecil harus berjuang untuk membuktikan setiap kali menawarkan sebuah produk baru atau memasuki pasar baru. Reputasi dan keberhasilannya di masa lalu di pasar jarang diperhitungkan.

Faktor faktor yang mengakibatkan kekuatan usaha kecil

1. Motivasi lebih tinggi

Manajemen kunci dalam usaha kecil biasanya terdiri atas pemilik. Konsekuensinya bekerja keras, lebih lama, dan memiliki lebih banyak keterlibatan personal. Laba dan rugi memiliki lebih banyak arti bagi mereka daripada gaji dan bonus yang diperoleh para pegawai perusahaan besar

2. Fleksibilitas lebih tinggi

Sebuah usaha kecil memiliki fleksibilitas sebagai keunggulan kompetitif utama. Sebuah perusahaan besar tidak dapat menutup sebuah pabrik tanpa perlawanan dari organisasi buruh, atau menaikkan harga tanpa intervensi dari pemerintah, namun usaha kecil dapat bereaksi lebih cepat terhadap perubahan persaingan. Sebuah usaha kecil juga memiliki jalur komunikasi yang lebih pendek. Lingkup produknya sempit, pasarnya terbatas, serta pabrik dan gudangnya dekat. Ia dapat dengan cepat mencium masalah dan memperbaikinya.

3. Kurangnya birokrasi

Para eksekutif perusahaan besar seringkali kesulitan memahami gambaran besar suatu persoalan. Hal ini menyebabkan terjadinya inefisiensi. Dalam usaha kecil, seluruh permasalahan dapat mudah dimengerti, keputusan dapat cepat dibuat dan hasilnya dapat segera diperiksa dengan mudah.

4. Tidak menyolok

Karena tidak terlalu diperhatikan, perusahaan baru dapat mencoba taktik penjualan yang baru atau memperkenalkan

produk tanpa menarik perhatian atau perlawanan yang berlebihan. Perusahaan besar senantiasa berhadapan dengan perang proksi, aksi antitrust, dan peraturan pemerintah. Mereka juga kurang fleksibel dan sulit melakukan perubahan dan restrukturisasi. Perusahaan kecil pada umumnya dapat berhasil jika memenuhi kriteria seperti berikut ini:

1. Memenuhi permintaan yang terbatas pada suatu wilayah lokal
2. Memproduksi sesuatu untuk permintaan spesifik
3. Situasi di mana pasar berubah dengan cepat
4. Menargetkan segmen pasar tertentu
5. Menyediakan layanan perbaikan teknis
6. Menyediakan layanan pribadi
7. Menyediakan sentuhan pribadi
8. Menghindari persaingan langsung dengan perusahaan raksasa.

E. USAHA MENENGAH

Usaha Menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Adapun kriteria usaha Menengah menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, antara lain:

- 500 Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 501 Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai

dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (*ket.: nilai nominal dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur oleh Peraturan Presiden*)

Ciri-ciri usaha menengah, antara lain:

- Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
- Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;
- Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;

Jenis atau macam usaha menengah hampir menggarap komoditi dari hampir seluruh sektor mungkin hampir secara merata, yaitu:

1. Usaha pertanian, perternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah
2. Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor
3. Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar propinsi
4. Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam
5. Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

6 Sasaran dan pembinaan UMKM

- Meningkatkan jumlah pengusaha menengah dan terwujudnya usaha yang semakin tangguh dan mandiri sehingga pelaku ekonomi tersebut dapat berperan dalam perekonomian nasional.

- eningkatnya daya saing pengusaha nasional di pasar dunia.
- Seimbangnya persebaran investasi antar sektor dan antara golongan.

Dalam mengevaluasi pembinaan UMKM

1. Dimulai dengan proses peningkatan kemampuan mengelola (manajemen) dibidang pemasaran, keuangan dan personalia.
2. Meningkatkan kemampuan kegiatan operasional.
3. Kemampuan dalam mengendalikan bisnis.

Apabila UMKM sudah siap untuk bersaing terutama dalam perdagangan internasional, UMKM harus mampu:

1. menerima dan mengadaptasi Teknologi
2. Mampu melaksanakan inovasi

Apabila UMKM dapat mengadaptasi, menguasai dan mengembangkan teknologi serta selalu menciptakan inovasi, maka hal tersebut akan memotivasi UMKM untuk mengekspor produknya, maka UMKM agar dapat memanfaatkan peluang pasar di luar harus dibantu kebijakan pemerintah, lembaga-lembaga pemerintah dan non pemerintah yang mendukung, fasilitas infrastruktur yang memadai, kestabilan politik dan penegakan hukum yang adil dan bersih. Disamping itu UMKM yang memerlukan suatu badan atau lembaga yang selalu memerlukan informasi bisnis yang akurat dan terus-menerus. Perana BPEN sangat strategis untuk membantu dan mendorong kegiatan ekspor bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

2.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Kekuatan:

- Kebebasan untuk bertindak.
- Menyesuaikan kepada kebutuhan setempat.
- Peran serta dalam melakukan usaha/tindakan.

Kelemahan:

- Modal dalam pengembangan terbatas.
- Sulit untuk mendapatkan karyawan.
- Relatif lemah dalam spesialisasi.

Segala usaha bisnis dijalankan dengan azas manfaat, yaitu bisnis harus

dapat memberikan manfaat tidak saja secara ekonomi dalam bentuk laba usaha, tetapi juga kelangsungan usaha.

Beberapa faktor penentu keberhasilan usaha adalah:

1. Kemampuan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana perusahaan, baik jangka pendek maupun panjang
2. Kapabilitas dan kompetensi manajemen.
3. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM), antara lain meliputi:

A. Faktor Internal

1. Modal

Kurangnya permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan pada 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.

2. Sumber Daya Manusia (SDM) dan Manajemen

Sumber daya manusia merupakan titik sentral yang sangat penting untuk maju dan berkembang, sebagian besar usaha mikro dan usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha mikro dan kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Di samping itu dengan keterbatasan SDM nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru

untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

3. Teknologi

Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik. Sebagian besar UMKM masih dihadapkan pada kendala dalam informasi yang terbatas dan kemampuan akses ke sumber teknologi.

B. Faktor Eksternal

1. Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif

Kebijaksanaan pemerintah untuk menumbuh kembangkan usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan pengusaha-pengusaha besar.

2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

3. Implikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-undang no. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan

pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Jika kondisi ini tidak segera dibenahi maka akan menurunkan daya saing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah. Di samping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik bagi pengusaha luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.

4. Implikasi Perdagangan Bebas
Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku pada Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap UMKM untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan frekuensi pasar global dengan standar kualitas seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu Hak Asasi Manusia. (HAM) serta isu ketenagakerjaan. Isu ini sering digunakan secara tidak fair oleh Negara maju sebagai hambatan (Non Tarif Barrier for Trade). Untuk itu maka UMKM perlu mempersiapkan agar mampu bersaing baik secara keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

F. Upaya untuk Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, maka ke depan perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif
Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perizinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
2. Bantuan Permodalan Pemerintah
Bantuan permodalan pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus

dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UMKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sector jasa financial formal, sector jasa financial informal, skema penjaminan, leasing dana modal ventura. Pembiayaan untuk UMKM sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, maupun non bank. Lembaga Keuangan Mikro Bank antara lain, BRI unit desa dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Sampai saat ini BRI memiliki sekitar 4.000 unit tersebar di seluruh Indonesia. Dari kedua LKM ini sudah tercatat sebanyak 8.500 unit melayani UMKM. Untuk itu perlu mendorong pengembangan LKM, yang harus dilakukan sekarang ini adalah bagaimana mendorong pengembangan LKM ini berjalan dengan baik, karena selama ini LKM non kpperasi memiliki kesulitan dalam legitimasi operasionalnya.

3. Perlindungan Usaha Jenis-jenis Usaha Tertentu

Perlindungan usaha jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (win-win solution).

4. Pengembangan Kemitraan

Pengembangan kemitraan perlu dikembangkan, kemitraan yang saling membantu antara UMKM, atau antara UMKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Di samping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UMKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

5. Pelatihan Pemerintah

Pelatihan pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UMKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta

keterampilannya dalam pengembangan usaha. Di samping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

6. Membentuk Lembaga Khusus
Membentuk lembaga khusus perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UMKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UMKM.

G. PENUTUP

Di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisor pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Sri Lestari Rahayu, 2005, Analisis Peranan Perusahaan Modal Ventura Dalam Mengembangkan UKM Di Indonesia, Kajian Ekonomi dan Keuangan, Badan Pengkajian Ekonomi, Keuangan dan Kerjasama Internasional.
- Sri Mulyati Tri Subari, 2004. Kebijakan dan Strategi Pengembangan Bank Indonesia dalam Mendukung

Pelayanan Keuangan yang Berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Deputi Direktur Direktorat Pengawasan Bank Perkreditan Rakyat.

Sri Winarni, 2006. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan. Infokop Nomor 29 Tahun XXII, 2006.

Sitio Arifin, 2001. Koperasi Teori dan Praktik. Erlangga.