

OPTIMALISASI PERAN LEMBAGA INTERMEDIASI DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI ERA PERDAGANGAN BEBAS DAN OTONOMI DAERAH

Oleh:

Ade Irma Anggraeni¹⁾

E-mail:ade_jointheclub@yahoo.com

¹⁾Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

This paper is trying to illustrate the role of Intermediary Organisations as initiators and facilitators to overcome challenges and barriers to SMEs in the era of regional autonomy and free trade. Small and medium sized enterprises (SMEs) are a key engine of growth for Indonesia's economy. Related with the globalization of economy and the liberalization of trade, Government must be seriously support the capacity building in local SMEs.

Despite the important role of SMEs in economy, the inherent characteristics of SMEs can be advantages or obstacles. Various programs strengthening the competitiveness of SMEs that have been implemented by the Government has not been applied effectively. One major cause is the lack of information channels between the Government and SMEs. Intermediation Organisations, as initiators and facilitators has a strategic role in improving the competitiveness of SMEs.

Keyword : *Intermediary Organizations, SMEs Competitiveness, globalization, decentralization*

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis. Hal ini nampak pada kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor dan penyedia lapangan kerja yang terbesar. Selain itu, UMKM merupakan pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Kondisi tersebut dapat dilihat dari berbagai data empiris yang mendukung bahwa eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia (Angkasa, 2010) seperti :

1. Jumlah yang cukup besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, dimana pada tahun 2009 tercatat jumlah

UMKM adalah 587.808 unit atau 1,12 % dari jumlah total unit usaha (52.769.280 unit).

2. Potensinya yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Sektor UMKM pada tahun 2009 menyerap 6.198.638 tenaga kerja atau 6,27 % dari total angkatan kerja yang bekerja (98.886.003 tenaga kerja).
3. Kontribusi UMKM dalam Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2009 cukup nyata, yakni 23,45 % dari total PDB yaitu sebesar 2.993.151,7 milyar rupiah.

Tabel 1. Peran UMKM Secara Nasional

No	Indikator	Tahun 2007		Tahun 2008		Tahun 2009	
		Jumlah (unit)	Pangsa (%)	Jumlah (unit)	Pangsa (%)	Jumlah (unit)	Pangsa (%)
1.	Unit usaha :						
	- Usaha mikro	49.608.953	98,92	50.847.771	98,90	52.176.795	98,88
	- Usaha kecil	498.565	0,99	522.124	1,02	546.675	1,04
	- Usaha menengah	38.282	0,08	39.717	0,08	41.133	0,08
	A.UMKM	50.145.800	99,99	51.409.612	99,99	52.764.603	99,99
	B.Usaha Besar	4.463	0,01	4.650	0,01	4.677	0,01
2.	Tenaga kerja :						
	- Usaha mikro	84.452.002	90,78	87.810.366	90,73	90.012.694	91,03
	- Usaha kecil	3.278.793	3,52	3.519.843	3,64	3.521.073	3,56
	- Usaha menengah	2.761.135	2,97	2.694.069	2,78	2.677.565	2,71
	A.UMKM	90.491.930	97,27	94.024.278	97,15	96.211.332	97,30
	B.Usaha besar	2.535.411	2,73	2.756.205	2,85	2.674.671	2,70
3.	PDB atas dasar harga berlaku* :						
	- Usaha mikro	1.209.622,5	32,29	1.510.055,8	32,17	1.751.644,6	33,08
	- Usaha kecil	386.404,3	10,32	472.830,3	10,07	528.244,2	9,98
	- Usaha menengah	511.841,3	13,67	630.339,9	13,43	713.262,9	13,47
	A.UMKM	2.107.868,1	56,28	2.613.226,1	55,67	2.993.151,7	56,53
	B. Usaha besar	1.637.681,2	43,72	2.080.582,9	44,33	2.301.709,2	43,47
4.	Total ekspor non migas* :						
	- Usaha mikro	12.917,5	1,63	16.464,8	1,67	14.375,3	1,51
	- Usaha kecil	31.619,5	3,98	40.062,5	4,07	36.839,7	3,87
	- Usaha kecil	95.826,8	12,06	121.481,0	12,35	111.039,6	11,65
	- Usaha menengah	140.363,8	17,66	178.008,3	18,10	162.254,5	17,02
	A.UMKM	654.508,3	82,34	805.532,1	81,90	790.835,3	82,98
	B.Usaha besar						

Sumber : Kementerian KUMKM, 2010 (dalam Angkasa, 2011)

Saat ini, UMKM dihadapkan pada perubahan lingkungan strategis, baik internal (dalam negeri) maupun eksternal (global). Secara internal sejak keluarnya UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan UU No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, yang mulai berlaku penuh pada bulan Mei 2001, maka pemerintah daerah memiliki otonomi dan kewenangan yang luas untuk mengatur dan mengurus wilayahnya untuk kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Penerapan otonomi daerah menuntut pelaku usaha untuk

menyesuaikan diri dengan kondisi objektif dimana basis kegiatan bisnisnya dilakukan. Sumberdaya lokal, baik sumberdaya alam maupun aspek budaya lokal merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha suatu UMKM.

Perubahan lingkungan secara eksternal dimulai dengan Indonesia mengikuti arus perdagangan bebas internasional dengan menandatangani *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) yang menghasilkan pembentukan *World Trade Organization* (WTO) dan deklarasi *Asia Pasific Economic Cooperation* (APEC) tentang sistem perdagangan bebas dan investasi yang berlaku penuh pada tahun 2010 untuk

negara maju dan tahun 2020 bagi negara berkembang. Di samping itu, Indonesia bersama-sama negara di lingkungan ASEAN lainnya telah sepakat membentuk perdagangan bebas ASEAN, yaitu ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) yang sudah mulai diberlakukan pada tahun 2002.

Meskipun keberadaan UMKM sangat berperan dalam perkembangan keadaan perekonomian, akan tetapi karakteristik yang melekat pada UMKM bisa merupakan kelebihan atau kekuatan yang justru menjadi penghambat perkembangannya (*growth constraints*). Kombinasi dari kekuatan dan kelemahan serta adanya peluang dan tantangan dari kesemuanya dengan keadaan situasi eksternal akan mampu menentukan prospek perkembangan UMKM itu sendiri.

Menjadikan UMKM dengan keunggulan daya saing perlu dipahami keterbatasan UMKM, antara lain dalam hal ukuran unit usaha, pengembangan kapasitas modal, teknologi produksi dan pemasaran produk (Tambunan 2000). Disamping itu keterbatasan pengetahuan sumberdaya manusia (SDM), modal dan teknologi merupakan salah satu penyebab utama rendahnya daya saing produk UMKM dari produk-produk Industri Besar atau produk-produk impor (Angkasa, 2010).

Meskipun banyak kebijakan yang telah dijalankan pemerintah, efektifitasnya secara umum masih belum sesuai dengan harapan. Beberapa studi diantaranya Klapwijk (1997), Lall (1998), Tambunan (1998, 2000, 2006), Sato (2000), Sandee, dkk (2000), Van Dierman (2004), ADB (2005) yang meskipun tidak secara eksplisit mengkaji kinerja program-program pengembangan UMKM, menunjukkan bahwa program-program pemerintah yang (pernah) ada pada umumnya masih belum terlalu mengenai sasaran yang diinginkan.

Studi ADB (2005) mengkaji sejauh mana hasil dari upaya-upaya pemerintah dan swasta dalam membantu UMKM non-pertanian. Hasil surveinya menemukan bahwa meskipun telah banyak program yang dijalankan, hasilnya belum memuaskan. Hambatan keterbatasan informasi masih menjadi kendala, di mana hanya ada sedikit jalur komunikasi antara lembaga pemerintah dan UMKM, dan masih banyak pengusaha UMKM yang tidak mengetahui adanya pelayanan-pelayanan publik untuk pengembangan bisnis. Hal ini bisa disebabkan oleh keengganan pihak UMKM sendiri atau kesalahan pemberi layanan publik ataupun dua-duanya. Juga dilaporkan bahwa seringkali lembaga intermediasi tidak mengetahui secara pasti apa sebenarnya yang dibutuhkan pengusaha UMKM. Pendapat senada juga dilontarkan oleh Klapwijk (1997) yang memberi alasan rendahnya partisipasi pengusaha UMKM dalam program-program pelatihan karena petugasnya tidak mengetahui materi teknis atau memiliki pengalaman bisnis memadai. Lebih jauh, pelatihan-pelatihan atau fasilitas teknis yang diadakan sebagian besar sesuai dengan arahan para perencana di pusat dari pada sesuai dengan kebutuhan daerah setempat (Angkasa, 2010)

Sejalan dengan temuan diatas, Sandee (2004) juga menemukan rendahnya kualitas materi pelatihan sehingga kurang efektif untuk meningkatkan kapabilitas teknologi ataupun teknik produksi dari pengusaha-pengusaha yang dilatih. Efektifitas program bantuan teknologi melalui Unit Pelayanan Teknis (UPT) secara umum kurang memuaskan seperti diungkapkan oleh van Dierman (2004). Ditambah lagi UPT-UPT tersebut kini terbengkalai semenjak diberlakukannya kebijakan otonomi daerah yang menyerahkan pengelolaannya kepada pemerintah daerah. Rendahnya kapasitas

aparatus pemerintah menjadi salah satu faktor utamanya. Van Dierman juga menegaskan bahwa kebijakan-kebijakan makro yang menciptakan iklim bisnis yang kondusif terkadang jauh lebih efektif dan memberikan dampak lebih nyata kepada UMKM daripada program-program khusus UMKM (Angkasa, 2010). Tulisan ini bertujuan memberikan deskripsi tentang optimalisasi peran lembaga intermediasi dalam membangun daya saing UMKM di era otonomi daerah dan perdagangan bebas.

PEMBAHASAN

A. DAYA SAING UMKM

Globalisasi menuntut kesiapan semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis maupun anggota masyarakat. Di satu sisi, perdagangan bebas menawarkan peluang (*opportunities*), melalui penurunan hambatan-hambatan tarif dan non tarif dan meningkatkan akses produk-produk domestik ke pasar internasional. Di sisi lain, liberalisasi perdagangan juga sekaligus ancaman (*threats*), karena liberalisasi perdagangan menuntut penghapusan subsidi dan proteksi, sehingga proses liberalisasi sekaligus meningkatkan akses produk-produk asing di pasar dalam negeri. Kunci utama dalam menghadapi persaingan usaha dalam pasar bebas adalah keberhasilan untuk menghadapi persaingan secara global. Kemampuan UMKM untuk pengembangan daya saing akan menentukan keberhasilan dalam memanfaatkan peluang liberalisasi ekonomi dunia.

Untuk menang bersaing dalam pasar global, maka UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi yang produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan preferensi pasar global dengan standar kualitas yang lebih tinggi. Dalam era perdagangan bebas UMKM tidak cukup hanya memiliki

keunggulan komparatif (*comparative advantage*) namun yang terpenting adalah memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). UMKM dituntut untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi antara lain dengan kriteria : (1) produk tersedia secara teratur dan sinambung, (2) produk harus memiliki kualitas yang baik dan seragam, (3) produk dapat disediakan secara massal (Pigott, 1994).

B. PERMASALAHAN UMKM

Menurut Hubeis (2009 dalam Nasution, 2011) permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu :

1. Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. Dari hasil studi yang dilakukan oleh James dan Akrasanee (1988) di sejumlah Negara ASEAN, menyimpulkan UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait dengan pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi. Akibatnya, sulit sekali bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas. Masalah pemasaran yang dialami yaitu tekanan persaingan baik di pasar domestik dari produk yang serupa buatan sendiri dan impor, maupun di pasar internasional, dan kekurangan informasi yang akurat serta up to date mengenai peluang pasar di dalam maupun luar negeri.

2. Keterbatasan Finansial

Terdapat dua masalah utama dalam kegiatan UMKM di Indonesia, yakni dalam aspek finansial (mobilisasi modal awal dan akses ke modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber

informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam untuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan bantuan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM. Hal ini disebabkan karena lokasi bank terlalu jauh bagi pengusaha yang tinggal di daerah, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi yang rumit, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada beserta prosedurnya. Lagipula, sistem pembukuan yang belum layak secara teknis perbankan menyebabkan UMKM juga sulit memperoleh kredit.

3. Keterbatasan SDM

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM terutama dalam aspek-aspek entrepreneurship, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, engineering design, quality control, organisasi bisnis, akuntansi, data processing, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

4. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi pertumbuhan output ataupun kelangsungan produksi bagi banyak UMKM di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.

5. Keterbatasan Teknologi

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.

6. Kemampuan Manajemen

Kekurangmampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas. Dalam hal ini, manajemen merupakan seni yang dapat digunakan atau diterapkan dalam penyelenggaraan kegiatan UMKM, baik unsur perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.

7. Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja). Pembangunan daerah sebagian besar tergantung pada kemitraan antara pemerintah, pelaku bisnis dan lembaga non pemerintah. Kemitraan ini memfasilitasi koordinasi dan kerja sama. Pasangan lokal dari sektor swasta dapat membantu mengeksplorasi kesempatan daerah dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan setempat. Kunci utama dari kemitraan adalah mekanisme untuk mengatur dan mengkoordinir secara benar sumber daya dan upaya-upaya yang berbeda dari para pelaku yang berbeda. Perencanaan dan implementasinya dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kekuatan masing-masing. Selama dalam proses ini penting untuk diperhatikan, yakni membentuk jejaring kerjasama dan mengembangkan rasa saling percaya. Karena keterbatasan

institusionalisasi, kemitraan untuk pembangunan daerah kerap kurang berjalan dengan stabil. Oleh karena itu pemerintah daerah harus memimpin di depan dalam membangun mekanisme yang lebih stabil dan formal untuk membantu memberikan kemitraan sebagai basis pelembagaan dan kemampuan merancang dan menerapkan rencana pengembangan.

Lebih lanjut perkembangan UMKM yang semakin meningkat dari segi kuantitas ternyata belum diimbangi dengan peningkatan kualitas UMKM yang memadai. Masalah yang masih dihadapi adalah rendahnya produktifitas sehingga menimbulkan kesenjangan antara usaha ekonomi kecil menengah dan besar. Rendahnya kualitas sumberdaya manusia khususnya dalam hal manajemen, organisasi, teknologi, dan pemasaran, 2). Lemahnya rata-rata kompetensi kewirausahaan. 3). Terbatasnya kapasitas UMKM untuk mengakses permodalan, teknologi informasi, pasar dan faktor produksi lainnya.

UMKM juga masih menghadapi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan iklim usaha seperti: (1). Besarnya biaya transaksi, perpanjangan proses perizinan dan timbulnya berbagai pungutan (2). Praktek usaha yang tidak sehat. Disamping itu otonomi daerah yang diharapkan mampu mempercepat tumbuhnya iklim usaha yang kondusif bagi UMKM ternyata belum menunjukkan kemajuan yang merata. Bahkan beberapa daerah memandang bahwa UMKM sebagai sumber pendapatan asli daerah dengan mengenakan pungutan-pungutan baru bagi UMKM sehingga biaya usaha UMKM menjadi meningkat.

Meskipun peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia memegang peranan yang sangat sentral, namun kebijakan pemerintah maupun peraturan pendukungnya sampai sekarang dipandang

belum optimal. Sehingga dalam pelaksanaannya UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan. Menurut Urata (2000) masalah yang dihadapi oleh UMKM dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu masalah finansial dan masalah non finansial (organisasi manajemen). Masalah yang termasuk dalam masalah finansial adalah diantaranya adalah: (1). Kurangnya kesesuaian antara dana yang tersedia dan dana yang dapat diakses oleh UMKM. (2). Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM. (3). Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan sangat kecil. (4). Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank dipelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai. (5). Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang tinggi. (6). Banyaknya UMKM yang belum bankable, baik disebabkan karena belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Sedangkan masalah yang termasuk dalam masalah non-finansial (organisasi manajemen) diantaranya adalah: (1) Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan. (2) Kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, serta karena terbatasnya UMKM untuk menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan keinginan pasar. (3). Keterbatasan sumberdaya manusia (SDM) serta kurangnya sumberdaya manusia untuk mengembangkan sumberdaya manusia

(SDM). (4). Kurangnya pemahaman UMKM mengenai akuntansi dan keuangan.

C. PERAN LEMBAGA INTERMEDIASI

LI merupakan suatu lembaga yang berperan sebagai lembaga penghubung (mediatory) dari sumber-sumber produktif pengembangan usaha maupun pengembangan teknologi dengan pengguna baik masyarakat maupun UMKM. Lembaga ini dapat berupa unit khusus yang independen (memiliki otonomi/ kewenangan pengelolaan organisasi yang relatif tinggi). Contoh dari bentuk ini berupa suatu lembaga/organisasi, yaitu “center” sebagai suatu organisasi yang sepenuhnya berdiri sendiri (otonom), walaupun implementasinya dalam koordinasi institusi lain (di bawah suatu kementerian/non kementerian pemerintah) tertentu, ataupun suatu lembaga berupa konsorsium atau bentukan dari kerjasama beragam pihak, misalnya inkubator, pusat-pusat teknologi, dunia usaha dan pemerintah (Angkasa, 2010).

Sebagai bentuk realisasi dari Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2006 tentang Paket Kebijakan Perbaikan Iklim Investasi yang kemudian dipertegas dengan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Instruksi Presiden Nomor 5 Tahun 2008 tentang Fokus Program Perekonomian 2008-2009, Pemerintah berupaya meningkatkan sinergi pengembangan UMKM melalui pembentukan Pusat Inovasi UMKM (PI-UMKM). Salah satu program PI-UMKM adalah penumbuhkembangan UMKM inovatif yang dimediasi oleh Lembaga Intermediasi (LI). Lembaga ini memiliki fungsi layanan kepada UMKM melalui

advokasi dan pendampingan yang meliputi berbagai aspek, antara lain: teknologi, akses pendanaan, akses pemasaran, legalitas, maupun peningkatan kompetensi dan kapasitas sumber daya usaha UMKM. LI dapat berbentuk lembaga swasta, lembaga pemerintah, ataupun lembaga kerjasama antara pemerintah dengan swasta. Demi untuk menjamin kesinambungan kerjanya, maka LI dalam menjalankan tugas dan fungsinya diharuskan dapat mengembangkan sinergi dengan Pemerintah Daerah baik dalam kegiatan maupun pendanaan.

Beberapa kriteria khusus yang harus dimiliki suatu lembaga agar dapat dikatakan sebagai LI yang mempunyai peran dan fungsi sebagai lembaga penghubung dan memberikan layanan secara optimal dan terpadu kepada UKM adalah sebagai berikut (PI-UMKM 2008) :

1. Memiliki sumber daya manusia (SDM) yang memadai.
2. Memiliki sarana dan prasarana yang memadai.
3. Memiliki program kerja baik jangka panjang maupun jangka pendek sesuai dengan orientasi spesifik kebutuhan UKM.
4. Memiliki kerjasama (networking) yang luas.
5. Memiliki minimal 4 (empat) layanan yaitu layanan pengembangan teknologi, pengembangan SDM, intermediasi jejaring bisnis/pasar dan fasilitasi akses pembiayaan, yang menjadi pokok kebutuhan dalam meningkatkan daya saing UKM.

Selain bentuk LI yang berbeda-beda, kepemilikan LI di Indonesia juga cukup beragam, dan secara umum dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) kelompok kepemilikan, yaitu Perguruan Tinggi (PT), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah (Pemda) dan Asosiasi.

1. Peran LI dalam pengembangan Teknologi UMKM

Peran Lemlitbang Perguruan Tinggi sebagai LI terhadap UMKM adalah melakukan penelitian yang dibutuhkan oleh UMKM seperti menyediakan teknologi rancang bangun, teknologi proses untuk komponen, teknologi material dan peralatan, teknologi "design" dan "modelling" serta memberikan pelatihan teknis dan manajemen bagi karyawan dan pelaku industri.

2. Peran LI dalam Pengembangan SDM UMKM

Peran LI dalam pengembangan sumber daya manusia adalah untuk menimbulkan kesadaran inovasi, entrepreneurship, komersialisasi teknologi, manajemen melalui pelatihan, pendampingan, diskusi dan seminar. Peran aktif LI adalah membantu fungsi pemerintah dalam memfasilitasi pertumbuhan sektor swasta berskala usaha mikro, kecil dan menengah demi terbangunnya ekonomi rakyat yang tangguh. Pengembangan dan peningkatan kapasitas UMKM khususnya SDM UMKM yang inovatif sangatlah mendesak, agar supaya dapat bersaing baik dipasar lokal maupun internasional. Kelemahan UMKM secara umum yang perlu mendapatkan bantuan pendampingan oleh pemerintah melalui LI instansi terkait antara lain dalam aspek kapasitas sumberdaya manusia UMKM.

Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UMKM (*basic problems*), salah satunya adalah SDM. Lebih dari 90% pelaku sektor UMKM di Indonesia dipimpin dan dijalankan oleh orang-orang yang relatif berpendidikan tidak terlalu tinggi rata-rata setingkat SLTA atau bahkan lebih rendah. Sebagian besar tenaga kerja UMKM berpendidikan SMU (69 %), SMP (60 %), PT (34 %), SD (29 %) dan

tidak sekolah sekitar 3 %. Hal ini menjadi salah satu kendala lambatnya perkembangan UMKM di Indonesia.

Banyak cara untuk meningkatkan kualitas SDM UMKM, antara lain dengan peningkatan learning center dan pelatihan para pengusaha UMKM atau Klinik Usaha, serta sinergi antara penguasaan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) serta pengembangan SDM dan faktor kepemimpinan dalam UMKM akan menjadikan UMKM lebih kuat dalam persaingan di dunia usaha lokal ataupun global. *Capacity building* (peningkatan kapasitas) SDM dapat dilakukan melalui aktivitas studi banding, pelatihan, asistensi teknis dan lain-lain. Setiap UMKM tentu memiliki kebutuhan dan keunikan tersendiri, sehingga program *capacity building* pun hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing UMKM.

Dua faktor pertama tersebut adalah aspek sumber daya manusia (SDM), yang mana, keahlian pekerja tidak hanya dalam teknik produksi (antara lain disain produk dan proses produksi), tetapi juga teknik pemasaran dan dalam penelitian dan pengembangan. Sedang keahlian pengusaha, terutama adalah wawasan bisnis, dan yang dimaksud di sini adalah wawasan mengenai bisnis dan juga lingkungan eksternal. Wawasan pengusaha yang luas juga sangat penting bagi inovasi, dan bukan lagi rahasia umum bahwa inovasi merupakan kunci utama daya saing. Bahkan banyak literatur menyatakan bahwa banyak faktor yang menentukan kemampuan UMKM melakukan inovasi, diantaranya kreativitas pengusaha, dan yang terakhir ini, pada gilirannya, ditentukan oleh wawasannya mengenai bisnis yang ditekuninya.

Secara umum lembaga litbang (Departemen, non-Departemen dan Perguruan Tinggi) sebagai lembaga

intermediasi mempunyai kekuatan dalam sumberdaya manusia yang berpendidikan formal tinggi tetapi pengalaman lapangan di industri masih minim, sedangkan pihak lembaga litbang industri berpengalaman dalam praktek lapangan tetapi secara teoritis kurang, untuk meningkatkan kemampuan tersebut dapat dilakukan kerjasama dalam bentuk pelatihan, pendampingan, magang, diskusi dan seminar.

3. Peran LI dalam Pengembangan Jejaring Bisnis dan Pasar

Yang dimaksud dengan jejaring bisnis disini adalah akses pasar. Akses pasar UMKM dibagi menjadi 2 yaitu akses pasar dalam negeri dan akses pasar luar negeri. Di bidang pemasaran, banyak UMKM yang tidak memiliki akses pasar karena keterbatasan SDM, kemampuan di bidang teknologi informasi, dan ketidaktepatan model pembinaan yang diterima. Selain itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Selama ini kelompok UMKM lebih pandai memproduksi ketimbang memasarkan. Untuk meningkatkan kemampuan pemasaran, informasi mengenai pasar merupakan kebutuhan utama.

Untuk meningkatkan akses dan menguasai pasar, maka UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi. Informasi pasar yang lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk membuat perencanaan usahanya secara tepat, misalnya : (1) membuat desain produk yang disukai konsumen, (2)

menentukan harga yang bersaing di pasar, (3) mengetahui pasar yang akan dituju, dan banyak manfaat lainnya. Oleh karena itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM dalam memperoleh akses untuk memperluas jaringan pemasarannya.

Peran LI adalah membangun Intermediasi dan Jaringan bisnis berfungsi sebagai Pusat jaringan antara UMKM-Pasar dan UMKM-Industri dan jaringan ICT sebagai sarana komunikasi dan pemasaran produk. Hal ini akan memudahkan UMKM dalam memperluas pasar baik di dalam negeri maupun pasar luar negeri dengan waktu dan biaya yang efisien. Sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat UMKM dan tenaga kerja yang terlibat di dalamnya akan meningkat, dan secara bersinergi akan berdampak positif terhadap keberhasilan pembangunan nasional.

4. Peran LI dalam Fasilitasi Akses Pembiayaan

Dalam masalah pembiayaan untuk modal usaha, sebagian besar UMKM di Indonesia mengembangkan usahanya dengan modal sendiri (dan pinjam ke Bank kemudian diikuti pembiayaan dari lembaga keuangan non formal dan dana yang bersumber dari lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa usaha pemerintah untuk memberikan bantuan permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) melalui perbankan masih belum optimal. Beberapa UMKM masih menganggap bunga bank masih terlalu tinggi dan masih sulit mendapat kredit bagi UMKM yang tidak memiliki jaminan. Sektor UMKM mendapatkan kesulitan dalam mengakses modal usaha, hal ini disebabkan ketidaksiapan UMKM dalam memenuhi persyaratan yang diminta bank yang bankable. Belum lagi masalah agunan dan biaya lain-lain yang harus ditanggung UMKM terkait untuk mendapatkan modal

seperti beban bunga yang tinggi, biaya administrasi, dan persyaratan lain yang dibebankan untuk mendapatkan modal. Dilihat dari jumlah UMKM yang ada saat ini, unit usaha yang memperoleh pinjaman dari Bank masih sedikit. Berbagai alasan yang dikemukakan oleh kelompok usaha kecil menengah untuk tidak meminjam modal usaha dari bank antara lain: (1) tidak tahu prosedur, (2) prosedur sulit, (3) tidak ada agunan, (4) suku bunga tinggi, (5) tidak berminat, dan (6) proposal untuk memperoleh pinjaman ditolak.

Oleh sebab itu LI harus berperan aktif membantu UMKM dalam memfasilitasi akses UMKM kepada pusat-pusat pembiayaan seperti perbankan dan koperasi. Sejumlah upaya lain yang dapat dilakukan LI adalah melakukan pendampingan, konsultasi dan pelatihan dalam pengelolaan manajemen keuangan UMKM seperti pembuatan laporan keuangan berupa Neraca dan Laporan Rugi Laba serta *Business Plan* (Perencanaan Usaha) dan persyaratan dokumen teknis lainnya yang dibutuhkan UMKM dalam mengakses sumber pembiayaan baik lembaga keuangan bank dan non-bank.

KESIMPULAN

Lembaga intermediasi UMKM memiliki peran pokok dibidang jasa layanan kepada UKM binaannya (*client*) bukan hanya dalam spectrum sempit, yaitu sebatas pemberian layanan langsung (*direct services*) tetapi juga mencakup layanan lain seperti layanan pengembangan teknologi, layanan pengembangan SDM, pengembangan jaringan informasi pasar, dan pelayanan fasilitasi pembiayaan, bimbingan dan pendampingan bisnis.

SARAN

Guna mendukung optimalisasi layanan terhadap UMKM, Lembaga Intermediasi selayaknya menempuh upaya dalam hal:

1. Meningkatkan kapasitas teknologi yang diperlukan UMKM
2. Lebih berorientasi pada kebutuhan teknologi UMKM, oleh karena itu LI harus memiliki database UMKM yang terdapat di daerah sehingga dapat diciptakan Rencana Program Prioritas Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM, sesuai dengan potensi sumber daya LI yang ada di daerah.
3. Memiliki Sistem Informasi Teknologi yang dapat diakses dengan mudah oleh UMKM.
4. Membentuk Forum Pembinaan UMKM yang menjadi ajang (memfasilitasi) pertemuan antara Pemda, LI dan UMKM sehingga tercipta koordinasi dan kontrol yang berkesinambungan dalam pemberdayaan LI dan UMKM.
5. Memfasilitasi Promosi Produk-produk LI dan UMKM melalui Pameran, Expo atau Gelar Produk LI dan UMKM baik di dalam maupun di luar negeri. Pameran tersebut diadakan minimal satu kali dalam setahun, sehingga tercipta peluang pasar bagi produk LI dan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Angkasa, W.I, 2010. Strategi dan Kelayakan Pengembangan Lembaga Intermediasi untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Studi Kasus Balai Inkubator Teknologi di Puspipstek Serpong.

Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional, Kementerian Koperasi dan

- Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia.
- Penumbuhkembangan UMKM Melalui Lembaga Intermediasi, Pusat Inovasi UMKM, Badan Pengkajian Dan Penerapan Teknologi, 2010.
- Karsidi, Ravik, 2005. Peran Perguruan Tinggi dalam Pengembangan Sumberdaya Manusia Usaha Mikro Kecil Menengah di Era Otonomi Daerah.
- , 2007, Pemberdayaan Masyarakat Usaha kecil dan Mikro, Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa Tengah, Jurnal Penyuluhan, Vol 3 No. 2 September 2007.
- Karsidi, R dan Irianto, H, 2005, Strategi Pemberdayaan UMKM di Wilayah Surakarta
- Kuncoro, B.P., Peran lembaga Intermediasi dalam Pengembangan UMKM Inovatif, Pusat Pengkajian Kebijakan Difusi Teknologi
- Taufiq, 2009. Strategi Pengembangan UMKM pada Era Otonomi Daerah Dan Perdagangan Bebas.
- <https://jurnalUMKM.wordpress.com>
diakses tanggal 10 Oktober 2011.
- Machmud, Zakir, Rekomendasi kebijakan UMKM di Indonesia.
- Soetrisno, Noer. Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dalam Perspektif Otonomi Daerah
- Suhady, Idup, 2001. Model Vitalisasi Usaha kecil dan Menengah di Berbagai Negara, Pusat Kajian Administrasi Internasional, Lembaga Administrasi Negara, 2001
- Tambunan, Tulus, 2004. Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM.
- Apakah kebijakan Pengembangan Usaha kecil dan Menengah Di Indonesia Selama Ini Efektif