

STRATEGI DAN LANGKAH-LANGKAH UMKM DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) 2015

Oleh:

Purnama Kusumaastuti^{1)*}, Ega Maharani Asih¹⁾ dan Carmidah¹⁾

E-mail:wisma.triodara@yahoo.com*

¹⁾ Mahasiswa Magister Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

To achieving the goal of ASEAN for strengthen the economic and social stability in the region is the implementation of the ASEAN Economic Community (AEC) 2015. In fact, before the implementing MEA, SMEs have faced many challenges, both of internally and environmentally. The environment condition is called as SMEs business climate conceptually determined by government's policy. The policy will provide directions and strategies of economic development. Internal problem within SMEs is more highlighted by the initial condition of SMEs, such as low quality of human resources, limited ownership of productive resources in the form of assets, limited working capital and limited of marketing product. Readiness of MSMEs to face the MEA requires supports from all stakeholders including government and MSMEs' Assosiation, because the MEA is a global issue that needs to be handled together between government and entrepreneurs.

Keywords : *small and medium-sized enterprises (SMEs), ASEAN Economic Community (AEC)*

Salah satu langkah untuk mencapai tujuan ASEAN yaitu memperkuat semangat stabilitas ekonomi dan sosial di kawasan Asia Tenggara adalah pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Faktanya, sebelum MEA diterapkan, UMKM menghadapi banyak tantangan, baik dari internal maupun eksternal. Kondisi eksternal dalam bisnis UMKM disebut iklim bisnis konseptual yang ditentukan oleh kebijakan pemerintah. Kebijakan ini akan memberikan arah dan strategi pembangunan ekonomi. Masalah internal UMKM telah terlihat jelas di kondisi awal UMKM, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, perizinan dan tempat usaha, permodalan, pengembangan teknologi dan pemasaran produk. Kesiapan dari UMKM untuk menghadapi MEA memerlukan dukungan dari semua pihak termasuk pemerintah dan asosiasi UMKM, karena MEA adalah isu global yang perlu ditangani bersama antara pemerintah dan pengusaha.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) akan diberlakukan pada tanggal 31 Desember 2015, dimana kawasan ASEAN akan menjadi pasar terbuka dan kesatuan yang berbasis produksi; serta mobilitas arus barang, jasa, investasi, modal, dan tenaga kerja akan bergerak bebas. Terdapat empat pilar Masyarakat Ekonomi ASEAN yaitu kawasan ekonomi berdaya saing tinggi, pertumbuhan ekonomi yang merata, integrasi ke perekonomian global dan pilar terakhir adalah menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan kesatuan basis produksi melalui barang dan jasa, investasi, modal dan tenaga kerja terampil (Bappenas 2009). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan sebuah gagasan dari pemimpin ASEAN dan seluruh negara-negara ASEAN yang bertujuan untuk menciptakan pembangunan di negara ASEAN dengan melakukan integrasi ekonomi yaitu aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik antar negara ASEAN.

Sesuai dengan pilar utama MEA ini, akan tercipta pasar tunggal di wilayah ASEAN. Pasar tunggal ini akan memunculkan aliran perdagangan barang, jasa, modal dan investasi secara bebas. Indonesia sebagai anggota ASEAN yang mempunyai jumlah penduduk paling banyak ini akan sangat berpotensi menjadi pasar yang kuat untuk perdagangan barang dan jasa yang dihasilkan oleh Negara-negara di ASEAN. Terbukanya pasar keuangan ASEAN tersebut memberikan peluang untuk semakin terbukanya akses bagi UMKM kepada sumber-sumber keuangan, tidak saja di dalam negeri tetapi juga pasar keuangan internasional. Dilain pihak, UMKM di negara ASEAN menghadapi tantangan yang cukup berat, karena persaingan yang semakin ketat. Mengingat belum setaranya kondisi ekonomi di masing-masing negara maka diharapkan setiap negara termasuk Indonesia dapat meningkatkan daya saing agar dapat mengambil manfaat dari liberalisasi. Di Indonesia bagian terbesar dari pelaku ekonomi adalah UMKM, kiranya dapat dan perlu dipersiapkan menghadapi era liberalisasi tersebut (Infokop, 2012).

Kabupaten Banyumas merupakan suatu kabupaten di Indonesia dimana warganya banyak yang berkecimpung dalam dunia bisnis UMKM. Dari data yang diperoleh dari Dinas Perindag, Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyumas, pada tahun 2012 terdapat 581.351 unit industri UMKM yang menyerap tenaga kerja 876.227 orang. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat sebagai akibat dari adanya pasar tunggal Masyarakat Ekonomi ASEAN ini akan sangat dimungkinkan berdampak pada kelangsungan hidup UMKM tersebut, karena akan banyak produk-produk impor yang akan membanjiri pasar dalam negeri ini. Apabila UMKM tidak dapat mempertahankan keberadaannya dan melakukan pembenahan guna menghadapi perilaku pasar yang semakin terbuka di masa mendatang maka akan sangat mungkin banyak UMKM yang akan gulung tikar. Para pelaku UMKM tidak boleh lagi mengandalkan buruh murah dalam pengembangan bisnisnya. Kreativitas dan inovasi melalui dukungan penelitian dan pengembangan menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Selain itu UMKM harus memanfaatkan peluang untuk meraih potensi pasar dan menjaga eksistensinya

UMKM dengan baik. Untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, maka tantangan yang terbesar bagi UMKM dalam menghadapi MEA adalah bagaimana menentukan strategi guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menciptakan berbagai keunggulan dan kekhasan dari produk yang dihasilkan.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut diatas, maka dapat diidentifikasi masalah seperti apa saja strategi dan langkah-langkah UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan langkah-langkah UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015.

Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi penelitian dan penulisan karya ilmiah yang berkaitan dengan strategi dan langkah-langkah UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015.
- b. Bagi Pelaku UMKM
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi para pelaku sektor UMKM.
- c. Bagi Pemerintah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai permasalahan yang dialami UMKM dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015.

Tinjauan Literatur

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah sebuah kesepakatan bersama untuk mengintegrasikan berbagai negara ASEAN (Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Brunai Darussalam, Kamboja, Vietnam, Laos dan Myanmar) yang masing-masing memiliki latar-belakang sosial-budaya, ideologi politik, ekonomi dan kepentingan berbeda ke dalam suatu komunitas. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan sasarannya yang mengintegrasikan ekonomi regional Asia Tenggara menggambarkan karakteristik utama dalam bentuk pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang sangat kompetitif, kawasan pengembangan ekonomi yang merata atau seimbang, dan kawasan yang terintegrasi sepenuhnya menjadi ekonomi global. Sebagai pasar tunggal kawasan terpadu ASEAN dengan luas sekitar 4,47 juta km persegi yang didiami oleh lebih dari 600 juta jiwa dari 10 negara anggota ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan memacu daya saing ekonomi kawasan ASEAN yang diindikasikan melalui terjadinya arus bebas (*free flow*) : barang, jasa,

investasi, tenaga kerja, dan modal. Nilai-Nilai dalam Globalisasi yang terimplementasi dalam MEA 2015, diantaranya adalah:

1. Kualitas produk atas barang dan jasa.
2. Kualitas SDM yang mempunyai kompetensi unggul dan profesional.
3. Kualitas manajemen yang menerapkan standarisasi sistem dan nilai-nilai modern yang mengedepankan efisiensi, efektifitas dan transparansi.
4. Mobilitas uang, barang dan orang yang bebas dari hambatan (*non traffic*) dan tanpa batas (*borderless*).
5. Terfokus pada kekuatan daya saing nasional (kualitas barang, jasa dan manusia).

Dengan diberlakukannya MEA 2015, diharapkan dapat memberikan dampak yang positif diantaranya sebagai berikut:

1. Terbukanya pasar untuk produk-produk ekspor di ASEAN.
2. Kemudahan untuk mengakses modal investasi antar negara ASEAN.
3. Kemudahan memperoleh barang atau jasa yang diproduksi diluar negara kita.
4. Meningkatnya kegiatan pariwisata, mobilitas orang dan uang yang tinggi serta perubahan sistem kehidupan masyarakat.

Akan tetapi bukan hanya dampak positif yang ditimbulkan di sisi lain akan memunculkan dampak negatif yang terjadi dengan akan diberlakukannya MEA 2015, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Hilangnya pasar produk ekspor karena kalah bersaing karena harga dan kualitas produk dibanding negara lain di ASEAN.
2. Banjir produk impor di pasaran dalam negeri yang akan mematikan usaha-usaha di dalam negeri.
3. Kemungkinan adanya spekulasi di sektor keuangan, yang bisa menghancurkan stabilitas ekonomi di dalam negeri.
4. Masuknya SDM dari negara lain yang lebih berkualitas dan profesional, yang akan menggusur tenaga kerja di dalam negeri.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Krisis moneter di tahun 1997 sampai dengan 1998 telah membuka kembali pandangan pemerintah akan pentingnya menaruh perhatian terhadap sektor UMKM, di mana pada saat krisis itu terjadi UKMM cenderung tidak mengalami dampak yang terlalu serius bahkan cenderung bertahan, oleh karenanya pemerintahan sampai saat ini sangat serius dalam pembinaan dan pembentukan UMKM baru di Indonesia, karena pemerintah sadar, bahwa UMKM memberikan peran dan kontribusi yang sangat besar terhadap PDB nasional. Di Indonesia, terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UMKM berdasarkan kepentingan lembaga yang memberi definisi:

- a. Badan Pusat Statistik (BPS): UMKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.
- b. Bank Indonesia (BI): UMKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa: (a) modalnya kurang dari Rp. 20 juta; (b) untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta; (c) memiliki aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan; dan (d) omzet tahunan \leq Rp 1 miliar.
- c. Ketentuan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, di mana pengertian UMKM adalah sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 sebagai berikut: 1) Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, 2) Usaha Menengah dan Usaha Besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil.
- d. Departemen Perindustrian dan Perdagangan: a) Perusahaan memiliki aset maksimal Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan (Departemen Perindustrian sebelum digabung), b) Perusahaan memiliki modal kerja di bawah Rp 25 juta (Departemen Perdagangan sebelum digabung).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan definisi UKM adalah kegiatan usaha berskala kecil yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok dengan tenaga kerja kurang dari 100 orang, memiliki kekayaan bersih 200 juta (di luar tanah dan bangunan) dengan pendapatan 100 juta-200 juta.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah jenis penelitian dengan metode kualitatif. Metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok masyarakat dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Miles dan Huberman, 1994).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data empirik, diperoleh langsung dari informan kunci dengan mengajukan pertanyaan dalam bentuk interview (*face to face*) dengan 8 orang pemilik usaha tahu kalisari Kecamatan Cilongok. Sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelusuran dan penelaahan studi-studi dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dan diharapkan dapat memperkuat serta mempertajam pembahasan. Metode pengumpulan data dengan cara *indepth interview* dengan menggunakan pedoman interview dan observasi/pengamatan tentang aktivitas dari pemilik usaha.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data reduksi. Menurut Miles dan Huberman (1992) dalam analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

PEMBAHASAN

Profil UMKM di Kabupaten Banyumas

UMKM merupakan salah satu penggerak ekonomi di daerah Kabupaten Banyumas pasalnya tidak sedikit masyarakat yang bergelut di dunia bisnis UMKM. UMKM banyak diminati oleh masyarakat di Kabupaten Banyumas karena dapat didirikan dengan modal yang relative kecil. Selain itu, kebebasan menjadi alasan utama mereka mendirikan UMKM, banyak dari pendiri UMKM mengaku bahwa mereka terpaksa mendirikan UMKM karena mereka sudah tidak betah bekerja sebagai buruh di pabrik yang sangat penuh dengan aturan-aturan yang mengikat di pabrik. Dengan semangat yang tinggi mereka mulai memanfaatkan potensi yang ada, mereka mulai mendirikan UMKM. Dan hasilnya tidak begitu mengecewakan. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah UMKM dari tahun ketahun. UMKM yang telah ada di Kabupaten Banyumas pada tahun 2012 menurut data yang diperoleh dari Dinas Perindag, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, terdapat 581.351 unit industri UMKM yang menyerap tenaga kerja 876.227 orang. jauh lebih banyak dari jumlah UMKM pada tahun 2008 yaitu sebanyak 580.023 unit dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 874.869 orang. Dengan demikian rata-rata setiap unit usaha mempekerjakan 1-3 orang pekerja. Jumlah unit usaha yang memperoleh fasilitas usaha di Kabupaten Banyumas menunjukkan peningkatan pada tahun 2008 sebanyak 446 unit meningkat menjadi sebanyak 1.195 unit pada tahun 2012. Dibandingkan dengan jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas diketahui fasilitasi permodalan usaha baru mencapai 25,23% dari jumlah UMKM. Hal ini terlihat dari tabel dibawah ini:

Tabel: 1

Kondisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Banyumas Tahun 2008-2012

No	Kondisi	Tahun 2008	Tahun 2010	Tahun 2012
1.	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (unit)	580.023	581.049	581.351
2.	Jumlah tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (orang)	874.869	875.925	876.227
3.	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang telah memiliki ijin usaha (unit)	1.970	3.883	5.672
4.	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mendapatkan pembinaan dan bantuan (unit)	612	1.846	1.559
5.	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang memperoleh fasilitas permodalan usaha (orang)	446	1.406	1.195

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Banyumas 2008-2012 (diolah)

Jenis komoditas tahun 2008 yang ada di Kabupaten Banyumas antara lain:

1. Getuk goreng dengan spesifikasi rasa, aroma, bentuk dan packaging khas Banyumas dengan kapasitas produksi per tahun 420 ton, jumlah unit usaha 37 dan lokasi di Kecamatan Sokaraja.

2. Tempe kedelai dengan kapasitas produksi per tahun 16.500 ton, jumlah unit usaha 1.943 dan lokasi di Kecamatan Kembaran, Karang Lewas, Ajibarang, Sokaraja, Kedung Banteng, Lumbir, Wangon.
3. Tempe keripik dengan spesifikasi rasa, aroma, bentuk dan packaging khas banyumas dengan kapasitas produksi per tahun 6.289 ton, jumlah unit usaha 21 dan lokasi di Kecamatan Purwokerto Selatan, Purwokerto Timur, Purwokerto Barat, Rawalo, Kembaran.
4. Tahu kedelai dengan spesifikasi tahu goreng dan tahu basah dengan kapasitas produksi per tahun 5.000 ton, jumlah unit usaha 542 dan lokasi di Kecamatan Cilongok, Ajibarang, Sokaraja, Purwokerto Timur, Pekuncen.
5. Nopia/Mino dengan spesifikasi rasa dan aroma serta bentuk khas banyumas dengan kapasitas produksi per tahun 118 ton, jumlah unit usaha 42 dan lokasi di Kecamatan Banyumas, Purwokerto Timur.
6. Lanting dengan spesifikasi bentuk dan warna khas banyumas dengan kapasitas produksi per tahun 118 ton, jumlah unit usaha 42 dan lokasi di Kecamatan Banyumas, Purwokerto Timur.
7. Jenang/dodol dengan kapasitas produksi per tahun 315 ton, jumlah unit usaha 42 dan lokasi di Kecamatan Ajibarang, Sokaraja, Purwokerto Timur, Kalibgor.
8. Kerupuk mie dengan kapasitas produksi per tahun 5.850 ton, jumlah unit usaha 117, dan lokasi di Kecamatan Jatilawang.
9. Genteng dengan spesifikasi genteng press palentong bulat/papak, genteng vlam, genteng pasir/palentong dan genteng kerpus/bumbungan dengan kapasitas produksi per tahun 21.800.000 buah, jumlah unit usaha 922 dan lokasi di kecamatan Ajibarang, Gumelar, Lumbir, Jatilawang.
10. Mebel kayu dengan spesifikasi meja, kursi, almari, dipan, dan bupet dengan kapasitas produksi per tahun 70.808 buah, jumlah unit usaha 973 dan lokasi di Kecamatan Ajibarang, Somagede, Rawalo, Lumbir, Gumelar, Banyumas, Sumbang, Baturaden, Ajibarang.
11. Kerajinan bamboo dengan kapasitas produksi per tahun 3.047.246 buah, jumlah unit usaha 297 dan lokasi di Kecamatan Lumbir, Jatilawang, Kebasen, Banyumas, Sokaraja.
12. Pengolahan kayu dengan kapasitas produksi per tahun 38.093,61 m^3 , jumlah unit usaha 69 dan lokasi di Kecamatan Cilongok, Banyumas, Kalibagor, Kemrajen, Ajibarang.
13. Gula kelapa dengan spesifikasi cetak aluminium (50 gram) dan gula kristal/semut dengan kapasitas produksi per tahun 1.000.000 ton, jumlah unit usaha 25.783 dan lokasi di 23 Kecamatan diluar kecamatan kota.
14. Minyak atsiri dengan spesifikasi minyak nilam aroma chemical dan extract dengan kapasitas produksi per tahun 12.000 kg, jumlah unit usaha 25 dan lokasi di Kecamatan Kedung Banteng, Baturaden, Sumbang, Tambak, Pekuncen, Cilongok.
15. Batik dengan spesifikasi batik tulis khas banyumas dengan kapasitas produksi 30.000 potong, jumlah unit usaha 624 dan lokasi di Kecamatan Sokaraja, Banyumas.

Sedangkan jumlah eksport berdasarkan jenis komoditi tahun 2008 dari kayu olahan sebesar \$ 202.782 dan minyak atsiri sebesar \$ 6.722.620 (Dinperindagkop Banyumas, 2015). Selain dari sektor UMKM, pemerintah daerah sangat berkeinginan untuk mengubah posisi Kabupaten Banyumas menjadi daerah tujuan wisata. Berikut adalah objek wisata yang bisa dikembangkan lebih lanjut dan terdapat di Kabupaten Banyumas, sebagian deskripsi diambil dari situs resmi Kabupaten Banyumas (Banyumaskab, 2015) :

1. Alun-alun Kota Lama Banyumas, berada 18 km dari Purwokerto. Jaman dahulu alun-alun merupakan penanda pusat pemerintahan, dan ditanami pohon berigin sebagai lambing pengayom rakyat.
2. Gunung Slamet, trekking mendaki Gunung Slamet setinggi 3.428 mdpl yang bisa ditempuh melalui jalur pancuran 7, wanawisata baturaden, atau dari Blambangan, Purbalingga.
3. Lokawisata Baturaden, sebuah lokawisata indah dan terkenal di lereng selatan Gunung Slamet, berjarak 14 km dari Purwokerto, dengan air terjun, air panas, berhawa sejuk di siang dan dingin di malam hari.
4. Curug Gede, desa wisata Ketenger, 3 km dari lokasi wisata baturaden. Di tempat ini wisatawan dapat menikmati keindahan alam dan aneka lempeng batu.

Perkembangan jumlah wisatawan, lama tinggal dan pengeluaran belanja wisatawan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel: 2
Kondisi Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan, dan Pengeluaran Belanja Wisatawan Pariwisata Kabupaten Banyumas Tahun 2008-2012

No	Kondisi	Tahun 2008	Tahun 2010	Tahun 2012
1.	Jumlah kunjungan wisatawan (orang)	600.144	541.772	953.359
1.1	Jumlah kunjungan wisatawan nusantara (orang)	593.431	540.719	952.051
1.2	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (orang)	6.683	1.053	1.308
2	Rata-rata lama tinggal wisatawan nusantara (hari)	1	1	1
3	Rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara (hari)	1	1	1
4	Hotel (buah)			
	- Hotel berbintang	9	9	9
	- Hotel non bintang	164	164	164

Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, 2008-2012.

Wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Banyumas terdiri dari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Dalam kurun waktu tahun 2008-2012 jumlah wisatawan yang berkunjung ke berbagai obyek wisata di Kabupaten Banyumas menunjukkan kecenderungan meningkat. Pada tahun 2008 jumlah wisatawan nusantara di Kabupaten Banyumas hanya sebanyak 593.431 orang, pada tahun 2012 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai sebanyak 952.051 orang. Sementara itu jumlah pengunjung di Kabupaten Banyumas menunjukkan kecenderungan menurun dari sebanyak 6.683 orang pada tahun 2008 menjadi

1.308 orang pada tahun 2012. Dilihat dari lamanya waktu berkunjung, rata-rata lama tinggal wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara hanya 1 hari, tidak mengalami perubahan selama kurun waktu empat tahun (2008-2012). Kondisi ini menunjukkan bahwa berbagai potensi pariwisata di Kabupaten Banyumas memerlukan penanganan yang lebih serius untuk dapat menambah lama tinggal wisatawan sehingga dapat membelanjakan uangnya di Kabupaten Banyumas.

Adanya komitmen dari pemerintah Kabupaten Banyumas untuk membangun Kabupaten Banyumas menjadi daerah destinasi wisata dan dengan akan diberlakukannya MEA 2015 yang mempermudah akses perjalanan antar negara-negara di ASEAN dengan ditiadakannya visa, maka diprediksi daerah ini juga akan menarik turis-turis mancanegara untuk mengunjungi daerah-daerah wisata yang ada di wilayah Banyumas ini. Dengan adanya pariwisata ini akan banyak melibatkan usaha-usaha lain seperti transportasi, akomodasi, jasa boga, atraksi, retail, dan juga akan menyerap banyak tenaga kerja, maka UMKM akan menjadikan usaha yang sangat berpotensi untuk dijalankan dan dikembangkan. Namun perkembangan UMKM di Kabupaten Banyumas masih terhambat sejumlah persoalan.

Permasalahan Yang Dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM sebagai basis pembangunan daerah yang sekaligus mendukung keberhasilan pembangunan nasional masih dihadapkan pada banyak masalah.

Masalah internal UMKM :

1. Masalah Kualitas Sumber Daya Manusia.

Masalah rendahnya kualitas SDM diduga timbul dari kurangnya *capacity building* untuk kalangan UMKM yang terindikasi dari tiga masalah ikutannya yaitu: (1) Pengetahuan di bidang teknologi produksi dan manajemen usaha serta kewirausahaan relatif rendah, sehingga UMKM sering kesulitan untuk berhubungan usaha dan berhubungan dengan birokrasi, serta menyebabkan rendahnya kreatifitas dan kemampuan inovatif UMKM; (2) UMKM tidak mampu untuk melakukan analisis usaha, sehingga dalam melaksanakan usahanya sering merugi atau tidak memasukkan tenaga kerja dalam kalkulasi biaya produksi; (3) UMKM tidak siap untuk menanggung resiko kegagalan usaha, sehingga sulit untuk dapat masuk dalam suatu kegiatan usaha yang sebenarnya menguntungkan dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi usaha-usaha produktif yang dapat memberikan keuntungan lebih besar kepada mereka; (4) Rasa cepat puas akan apa yang telah diperoleh menyebabkan UMKM jarang berfikir untuk memperluas usahanya; (5) Rendahnya pengetahuan UMKM dibidang produksi, menyebabkan produk UMKM sulit untuk berkembang. Hal ini senada yang dikatakan oleh Pak T:

“Kebanyakan kami ini, para pengusaha tahu, cuma lulusan SMA. Malah ada yang cuma lulusan SMP dan SD, jadi ya susah kalau harus belajar lagi yang mendalam yang penting tau cara bikin tahu yang enak kayak gimana.”

Kelemahan UMKM dari aspek kualitas sumberdaya manusianya memang sekilas tampak klasik sekali, tetapi memang demikianlah kenyataannya. Hal tersebut sangat wajar mengingat para pengusaha mikro dan kecil umumnya juga berangkat dari mereka yang memiliki berbagai keterbatasan sumber daya ekonomi dan latar belakang pendidikan yang relatif rendah.

2. Masalah Perizinan dan Tempat Usaha

Masalah legalitas usaha koperasi dan UMKM adalah salah satu faktor penyumbang terbesar dalam tidak kondusifnya iklim berusaha sekarang ini. Kendala ini telah dimasukkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pasal 12. Aspek perizinan usaha ditujukan untuk: (1) menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu, dan (2) membebaskan biaya perizinan bagi usaha mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi usaha kecil. Susahnya mendapatkan perizinan dan tempat usaha ini juga yang diutarakan oleh Pak Sa:

“Ribet mbak ngurusi masalah perizinan usaha, tau sendiri birokrasi pemerintahan gimana, dioper sana sini, ada pungli. Lah kalo gak bayar gitu lama keluar izin dari pemerintahnya.”

Hal senada juga dikeluhkan oleh Pak Su :

“Gimana usaha mau maju kalau banyak pungli kaya gitu, modal berapa untung ga seberapa tapi masih harus kena pungli.”

Masalah ini harus ditangani serius oleh pihak pemerintah daerah, karena dukungan pemerintah daerah sangatlah penting bagi kemajuan UMKM.

3. Masalah Permodalan

Pemerintah telah melaksanakan peningkatan permodalan koperasi dan UMKM melalui program pengembangan berbagai Skim Perkreditan dan Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro. Di lain pihak Lembaga Keuangan Formal (LKF) hanya berpegang pada UU Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, yang mengharuskan bank untuk menerapkan prinsip kehati-hatian. Salah satu faktor penghambat majunya suatu UMKM salah satu dari masalah permodalan. Susahnya mendapatkan modal pernah dialami oleh Pak M:

“waduh mba, dulu waktu awal mau jalanin usaha ini susahnya minta ampun kalau mau ngajuin utang ke bank, paling-paling jual sawah dulu atau utang sana sini sama keluarga atau tetangga.”

Masalah permodalan ini sekarang sudah dicarikan jalan keluarnya dengan adanya program perkuatan yang dilaksanakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Dalam hal biaya modal di Indonesia teramat mahal, terlebih dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), ini bisa menyebabkan menurunnya daya saing produk. Data menunjukkan bahwa industri dalam negeri belum mampu meningkatkan daya saing di pasar internasional. Hal ini

berdasarkan data *Global Competitiveness Report (GCR) 2012 – 2013* yang dilansir *World Economic Forum*, dari sisi daya saing Indonesia menempati urutan ke 50 dari 144 negara di dunia dan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Tahun 2010 – 2011 Indonesia menempati urutan ke 44, kemudian tahun 2011 – 2012 menduduki urutan ke 46. Sementara untuk tingkat ASEAN, Indonesia pada tahun 2012 – 2013 menduduki urutan kelima setelah Singapura, Malaysia, Brunei Darussalam dan Thailand.

4. Masalah Pengembangan Teknologi

Pasal 17 UU Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf a dilakukan dengan cara: (1) Meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi usaha mikro, kecil, dan menengah; (2) Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk usaha mikro, kecil, dan menengah; (3) Mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan, dan (4) Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi usaha menengah. Karena latar belakang pendidikan yang rendah dan susahnya mendapatkan modal, para pelaku UMKM pada umumnya kesulitan untuk mengembangkan teknologi dalam pembuatan tahu. Ini juga yang disampaikan oleh P:

“Para pengusaha tahu disini masih memakai cara tradisional dalam pembuatan tahu, kalau make mesin-mesin gitu ya pasti mahal harga mesinnya, kalau gitu nanti harga jual tahu kita naikkan malah jadi gak laku.”

Masalah pengembangan teknologi erat kaitannya dengan masalah permodalan. Jika akses untuk mendapatkan bantuan modal dari pemerintah gampang, bukan tidak mungkin para pengusaha ini akan mengembangkan teknologi dalam cara pembuatan tahu.

5. Masalah Pemasaran

Kekhawatiran sementara kalangan (terutama para penganut paham ekonomi pasar) terhadap kemampuan koperasi dan UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang berorientasi pada mekanisme pasar bebas, memang cukup beralasan jika menilai kemampuan koperasi dan UMKM hanya dari aspek efisiensi. Sesungguhnya bila diamati secara lebih cermat, efisiensi merupakan unsur penting dalam mengembangkan kemampuan pemasaran, walaupun banyak unsur lainnya yang lebih dominan baik berupa kemampuan komparatif koperasi dan UMKM dalam pasar yang dibangun dari sifat alami koperasi dan UMKM, maupun dari sifat pasar yang dalam era globalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengembangkan informasi. Dalam segi pemasaran para pengusaha tahu pada saat ini hanya memasarkan produknya di wilayah terdekat saja.

Hal ini disampaikan oleh Pak P:

“Untuk wilayah pemasarannya, biasanya paling jauh saya pasarkan ke seputaran barlingmascakeb, ya kadang ada permintaan keluar kota kaya Semarang atau Cilacap, saya gak berani jauh-jauh karena tahu tanpa pengawet bertahan paling lama 3 hari.

Saat ditanya tentang bagaimana cara mereka memasarkan dan mengiklankan produknya, Pak S menjawab bahwa:

“cara memasarkan produk, paling saya titipkan pada penjual-penjual kecil di pasar, kan biasanya kita udah pada punya pelanggan tetap. Maksudnya penjual-penjual kecil tadi, jadi kita cuma kirim aja berapa jumlah tahu yang dipesen.”

Ketika dihadapkan pada kondisi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan dihadapi akhir tahun ini, para pengusaha tetap optimis bisa bersaing dengan tahu import. Hal ini diungkapkan oleh Pak Pr :

“yakinlah mba, tahu kita tetap unggul asal kualitas dari tahu bisa dijaga.”

Hal yang sama diamini oleh Pak P :

“mungkin kedepannya kita akan gencar untuk memproduksi olahan dari tahu, misalnya kerupuk dari tahu atau olahan lain berbahan dasar tahu agar bisa juga di ekspor ke luar negeri, siapa tau malah produk kita lebih enak daripada bikinan orang luar.”

Masalah pemasaran produk sebenarnya bisa diatasi dengan dukungan dari pemerintah daerah, salah satunya dengan cara menggalakan acara bazar yang menampilkan produk-produk unggulan khususnya di Kabupaten Banyumas agar lebih dikenal oleh khalayak luas.

Masalah eksternal UMKM:

Masalah eksternal UMKM terdiri dari: (1) Kebijakan ekonomi makro yaitu (i) Kebijakan fiskal yang berupa subsidi dan pajak; (ii) Kebijakan moneter berupa nilai tukar uang terhadap mata uang asing dan suku bunga pinjaman bank. (2) Iklim usaha yang terdiri dari peluang usaha dan akses terhadap sumberdaya produktif serta kondisi pasar input dan output. (3) Kondisi perekonomian nasional dan global terdiri dari kondisi pasar global (*Supply dan Demand* pasar global), Kondisi pasar lokal persaingan dan pesaing serta nilai tukar produk); (4) Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM yang terdiri dari program-program, sistem pelaksana program, sosialisasi program, perlindungan hukum serta monitoring dan evaluasi.

Langkah-Langkah Strategis UMKM serta Pemerintah Dalam Menghadapi MEA

Mengingat permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi UMKM di Indonesia saat ini belum dapat diatasi secara tuntas, maka diperlukan langkah-langkah strategi UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), melalui suatu proses yang berkembang dan sistematis.

1. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

UMKM yang tersebar di seluruh wilayah memiliki potensi yang beraneka ragam. Berbagai barang produksi industri kecil dan rumah tangga memiliki potensi untuk dikembangkan dan mendapat kesempatan dipasarkan ke luar negeri. Hingga saat ini diakui bahwa daya asing produk UMKM dan koperasi di pasar global sangat rendah. Hal ini disebabkan terutama oleh kesulitan akses pendanaan, ketergantungan produk UKM terhadap pasar domestik, SDM yang kurang handal, produktivitas dan mutu produk yang rendah, lemahnya akses terhadap sumber teknologi, serta rendahnya penguasaan terhadap teknologi. Keunggulan ekspor UMKM masih bersifat keunggulan komparatif, yaitu tergantung dari sumber daya alam serta tenaga kerja, belum dikelola secara optimal menjadi keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Namun para pengrajin tahu kalisari telah dibuatkan Program Ijin Rumah Tangga (PIRT) untuk menjaga kualitas tahu agar para pengrajin tahu mempunyai standar baku pembuatan tahu yang benar dan memperhatikan kebersihan. Setiap pengrajin tahu diharapkan mengikuti penyuluhannya. Selain itu mereka pun sudah memiliki nama merek dagang (HAKI) dengan nama TAHU SARI DELAI nomor DIY 20140350.

2. Meningkatkan Penggunaan Teknologi

Agar produk UMKM dan koperasi dapat bersaing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) perlu peningkatan kemampuan penguasaan teknologi. Sistem produksi yang sesuai dengan standar internasional, harga, kualitas, dan kuantitas dapat diandalkan, memenuhi standar baku untuk ekspor dan referensi negara yang mengimpor merupakan syarat mutlak untuk mengekspor. Teknologi produksi yang diterapkan disesuaikan dengan bahan-bahan yang akan diproduksi dan disesuaikan dengan permintaan pasar. Penerapan teknologi produksi diarahkan untuk memanfaatkan ketersediaan sumber daya lokal yang memiliki keunggulan komparatif dengan menggunakan teknologi tepat guna, sehingga diperoleh produktivitas sekaligus nilai tambah yang tinggi.

Melalui paguyuban pengrajin tahu teknologi yang digunakan oleh para pengrajin terus bertambah mulai dari bertambahnya 1 unit mesin giling dan alat penyelip kunyit. Sehingga dapat menghemat pembelian bahan baku karena sudah mengolahnya sendiri. Dikalisari pun telah dibuatkan website www.visitkalisari.com diharapkan tahu kalisari dapat dikenal oleh masyarakat luas.

3. Penguatan Daya Saing

Dalam hal meningkatkan daya saing, perlu penanganan isu-isu domestik meliputi: penataan lahan dan kawasan industri, pembenahan infrastruktur dan energi, pemberian insentif (pajak maupun non pajak lainnya), membangun Kawasan Ekonomi Khusus (KEK); perluasan akses pembiayaan dan pengurangan biaya bunga Kredit Usaha Rakyat/ KUR, Kredit Ketahanan Pangan dan Energi, modal ventura, keuangan syariah, anjak piutang, lembaga pembiayaan ekspor Indonesia dsbnya; pembenahan sistem logistik, perbaikan pelayanan publik (NSW, PTSP/ SPIPISE dsb), penyederhanaan peraturan dan peningkatan kapasitas ketenagakerjaan).

Paguyuban pengrajin tahu mulai memikirkan infrastruktur desanya agar produk mereka dikenal masyarakat diluar BARLINGMASCAGEP dengan pembenahan infrastruktur dan penataan lahan kawasan industri seperti rencana pembuatan gapura pintu masuk kalisari, menjaga kebersihan kawasan industri dan pembenahan tugu di daerah kalisari yang menjadi label ciri khas mereka. Mereka juga akan mengajukan kredit lunak ke Desperindakop untuk kemajuan usaha mereka.

4. Pengamanan Pasar Domestik

Peningkatan kemampuan pasar domestik perlu dilakukan melalui: (1) pengawasan border dengan meningkatkan pengawasan ketentuan impor dan ekspor dalam pelaksanaan MEA, menerapkan *Early Warning System* untuk pemantauan dini terhadap kemungkinan terjadinya lonjakan impor, pengetatan pengawasan penggunaan Surat Keterangan Asal Barang (SKA) dari negara-negara mitra MEA, pengawasan awal terhadap kepatuhan SNI, label, ingredient, kadaluarsa, kesehatan, lingkungan, keamanan dsb; penerapan instrumen perdagangan yang diperbolehkan WTO terhadap industri yang mengalami kerugian yang serius akibat tekanan impor dan penerapan instrumen anti *dumping* dan *countervailing duties* atas importansi yang *unfair*, (2) Peredaran barang di pasar lokal meliputi *task force* pengawasan peredaran barang yang tidak sesuai dengan ketentuan perlindungan konsumen dan industri dan kewajiban penggunaan label dan manual berbahasa Indonesia; dan (3) Promosi penggunaan produksi dalam negeri dengan mengawasi efektivitas promosi penggunaan produksi dalam negeri (Inpres Nomor 2 Tahun 2009) termasuk mempertegas dan memperjelas kewajiban KLDI memaksimalkan penggunaan produk dalam negeri revisi Keppres Nomor 80 Tahun 2003 tentang Pengadaan Barang/Jasa oleh pemerintah.

Pemerintah daerah dan beberapa instansi terkait telah melakukan penyuluhan kepada pengusaha tahu kalisari tentang larangan memakai zat pengawet yang dapat membahayakan konsumen, serta rutin melakukan sidak ke sejumlah pasar.

5. Penguatan Ekspor

Penguatan ekspor dilakukan dengan penguatan peran perwakilan luar negeri, pengembangan *trading house*, promosi pariwisata, perdagangan dan investasi, penanggulangan masalah akses pasar dan kasus ekspor, pengawasan penggunaan SKA Indonesia, peningkatan peran LPEI dalam mendukung pembiayaan ekspor dan optimalisasi *trade financing*.

Para pengrajin tahu kalisari mulai aktif mengikuti pelatihan-pelatihan dari berbagai instansi dan pemerintah guna mengoptimalkan industri kecil mereka yang menghasilkan produk bervariasi. Produk baru yang kemungkinan akan dikembangkan adalah kerupuk tahu. Kerupuk tahu yang enak dan dapat diterima masyarakat diharapkan mampu menembus pasar ekspor.

6. Bimbingan Yang Berkesinambungan

Bimbingan berkesinambungan yang dilakukan Dinperindagkop Kabupaten Banyumas diperlukan agar UMKM dapat menerapkan manajemen stok yang lebih adaptif terhadap pasar dan diferensiasi pasar yang memungkinkan terjadinya subsidi silang.

7. Koordinasi dan Sinergitas Aparat Pusat dan Daerah

Perlu dilakukan koordinasi dan sinergitas aparat pusat dan daerah dalam menata produk-produk yang dapat diproduksi UMKM serta menggalakkan pemakaian produksi dalam negeri. Pemerintah juga berperan besar dalam kemajuan pesatnya UMKM di desa kalisari. Contohnya pihak BPPT menyumbangkan 5 alat Biogas yang digunakan untuk menangani limbah tahu dan akan menambah jumlah unit alat tersebut karena hampir setengah limbah yang belum terproses dan pihak LITBANG menyumbangkan 5 mesin giling. Namun disayangkan untuk membuat sertifikat halal mereka merasa dipersulit karena kurangnya dana dan pihak pemerintah yang menangani masalah tersebut berbelit-belit.

KESIMPULAN

Secara spesifik langkah-langkah strategi dan upaya-upaya meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sebagai berikut :

1. Perlu meningkatkan jaringan pasar dan akses informasi bisnis serta penggunaan teknologi yang lebih canggih.
2. Meningkatkan kerjasama antara UMKM dan pemerintah untuk memperkuat jaringan dalam menghadapi persaingan MEA, termasuk memenuhi kuota barang (jumlah pesanan).
3. Meningkatkan mutu produk dan *quality control* yang lebih ketat.
4. Meningkatkan keunggulan kompetitif dan melakukan inovasi dalam pengolahan tahu, misalnya dengan membuat kerupuk tahu agar bisa dipasarkan ke luar negeri.
5. Meningkatkan kemampuan wirausaha atau sumber daya manusia dan memanfaatkan berbagai kesempatan usaha seperti pameran dagang, temu usaha, bursa dagang, *workshop* dan peningkatan keterampilan.
6. Perlu adanya dukungan pemerintah pusat, pemerintah daerah, instansi terkait dan pengusaha agar dapat memenangkan persaingan MEA.

DAFTAR PUSTAKA

Dipta, I Wayan.2012. Memperkuat UKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Tahun 2015. Jakarta : Kementrian Koperasi dan UKM Kementrian Koperasi dan UMKM .2012.

Infokop Volume 21.Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM

Infokop Volume 18.Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM

Syukriah, Ana dan Hamdani, Imam. 2013. Peningkatan Eksistensi UMKM melalui *Comparative Advantage* dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung. Jurnal Ekonomi Pembangunan

Tambunan, Tulus T.H.2012. Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UMKM

<http://banyumaskab.go.id//> (diakses tanggal 08 November 2015 pukul 21.35)

<http://dinperindagkop.banyumaskab.go.id//> (diakses tanggal 10 November 2015 pukul 14.30)

<http://bps.go.id//> (diakses tanggal 10 November 2015 pukul 17.00)

<http://wwf.or.id//> (diakses tanggal 11 November 2015 pukul 21.00)