

MENUMBUHKAN KESADARAN DALAM MANAJEMEN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF PADA SEKTOR USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

Wartomo

Pendidikan Ekonomi FKIP. UPBJJ-UT Yogyakarta

Surel: wartomo@ut.ac.id

Abstract: Raising Awareness in the Management and Development Strategy of the Creative Industries in the Small and Medium Enterprises (SMEs) Sector. Management and economic development strategies in the creative industry sector and Small and Medium Enterprises (SMEs) are often stated as a safety valve for the national economy, but until now the development of SMEs is still faced with various problems, especially those originating from an uncondusive business climate as a result of the tendency to develop free competition. Efforts to solve these problems cannot be entirely left to the Government because there are things that must be resolved by SMEs themselves. Government policies implemented in various forms of programs only act as stimulants. The creative industry and SMEs themselves actually have various potential advantages, including the number and characteristics of SMEs. From the potential of the creative industry, SMEs should be able to develop management and strategies to deal with an uncondusive business climate, or adapt themselves to these conditions. Various solutions can be made in the creative industries by SMEs, including by developing cooperation in cooperatives, building business centers and clusters to building business partnerships. In supporting these efforts, the government can play a role both as a regulator that is able to reduce the impact of free competition and/or as a facilitator that can strengthen **internal conditions in the creative industries and SMEs, in free competition.**

Keywords: Management and Creative Industry Development Strategy in the SME sector.

Abstrak: Menumbuhkan Kesadaran Dalam Manajemen Dan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pada Sektor Usaha Kecil Menengah (Ukm). Manajemen dan strategi pengembangan ekonomi pada sektor industri kreatif dan Usaha Kecil Menengah (UKM) sering dinyatakan sebagai katup pengaman perekonomian nasional, tetapi sampai sekarang ini perkembangan UKM masih dihadapkan pada berbagai masalah, terutama yang bersumber dari iklim usaha yang tidak kondusif sebagai akibat dari kecenderungan berkembangnya persaingan bebas. Upaya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut tidak dapat seluruhnya diserahkan kepada Pemerintah karena ada hal-hal yang harus diselesaikan sendiri oleh UKM. Kebijakan pemerintah yang diimplementasikan dalam berbagai bentuk program, hanya bersifat sebagai stimulant. Industri kreatif dan UKM sendiri sebenarnya memiliki berbagai keunggulan yang bersifat potensial, antara lain jumlah dan karakteristik UKM. Dari adanya potensi industri kreatif tersebut UKM seharusnya dapat membangun manajemen dan strategi untuk menghadapi iklim usaha yang tidak kondusif, ataupun mengadaptasikan diri dengan kondisi tersebut. Berbagai solusi dapat dilakukan dalam industri kreatif oleh UKM antara lain dengan mengembangkan kerjasama dalam koperasi, membangun sentra dan klaster bisnis sampai dengan membangun kemitraan usaha. Dalam mendukung usaha-usaha tersebut pemerintah dapat berperan baik sebagai

Menumbuhkan Kesadaran Dalam Manajemen Dan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pada Sektor Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Hlm. 638-650)

regulator yang mampu mengurangi dampak arus persaingan bebas dan atau sebagai fasilitator yang dapat memperkuat kondisi internal dibidang industri kreatif dan UKM. dalam persaingan bebas.

Kata Kunci: Manajemen dan Strategi Pengembangan Industri Kreatif pada sektor UKM.

PENDAHULUAN

Manajemen dan strategi pengembangan ekonomi pada sektor industri kreatif dan UKM dilaksanakan, karena pengaruh krisis ekonomi yang berkembang menjadi krisis multidimensional antara tahun 1997 sampai tahun 2000, memberikan pelajaran bagi kita bahwa orientasi pembangunan yang hanya bertumpu pada tujuan pertumbuhan ekonomi, akan mempersulit usaha untuk menciptakan pemerataan. Demikian juga pembangunan yang disandarkan pada sisi penawaran (hanya memperbesar produksi barang), melalui manajemen dan pembangunan industri skala besar yang diarahkan pada produksi barang yang berbahan baku impor, menyebabkan perekonomian nasional, terjebak dalam situasi perekonomian dunia yang tidak kondusif.

Kelompok-kelompok usaha besar ternyata tidak berdaya sama sekali untuk keluar dari kemelut tersebut, dan pada saat inilah koperasi, usaha kecil dan menengah (UKM) telah menunjukkan kehandalannya dalam mendukung proses penyembuhan perekonomian nasional. Kesulitan dalam memperoleh permodalan, kesulitan dalam mengembangkan teknologi dan inovasi produksi, serta kesulitan dalam mengakses pasar. Demikian juga industri kreatif dan UKM tidak mempunyai kekuatan yang memadai untuk mengembangkan sumberdaya

manusia dan sistem manajemen usaha, Masalah lainnya dari aspek eksternal yang sangat membatasi kemampuan UKM untuk berhubungan dengan pihak-pihak lain adalah rendahnya kemampuan untuk dapat mengakses informasi. Kesemua masalah-masalah tersebut berinteraksi menjadi kendala yang akan sangat sulit untuk dapat dieleminir oleh UKM sendiri tanpa adanya penyatuan kekuatan dari kalangan ini dan atau komitmen politik yang kuat dari pemerintah. Menyadari kondisi seperti itu berbagai kalangan telah mengedepankan solusi pemberdayaan UKM melalui pemberdayaan koperasi.

Solusi tersebut memang sudah dioperasionalkan secara baik dalam era orde baru, tetapi yang terlihat selama era reformasi sekarang ini adalah kinerja koperasi semakin menyurut dan semakin jauh dari harapan, serta belum sepenuhnya mampu untuk mendukung industri kreatif dan UKM dalam menghadapi iklim usaha yang diwarnai oleh kecenderungan persaingan bebas. Sebaliknya ada kecenderungan menurunnya kinerja koperasi baik dari aspek kelembagaan maupun usahanya.

Uraian di atas memperlihatkan adanya penurunan kinerja koperasi tersebut baik dalam hal jumlahnya, jumlah anggotanya. Demikian juga dari aspek usaha terlihat adanya penurunan jumlah modal yang dimiliki, omset (volume usaha),

maupun sisa hasil usaha yang diperoleh. Dalam menghadapi kondisi ekonomi nasional dan perekonomian dunia yang semakin kental diwarnai oleh persaingan dan efisiensi, nampaknya UKM tidak lagi dapat bersandar pada dorongan dari luar, tetapi industri kreatif dan UKM harus dapat menjadikan unsur luar dan segala permasalahan yang dihadapi sebagai tantangan untuk lebih mengedepankan potensi internal mereka. UKM telah membuktikan kehandalannya dalam menghadapi kondisi yang paling sulit seperti pada era krisis moneter. Ketahanan UKM tersebut mengindikasikan bahwa mereka memiliki potensi yang besar, yang dapat diandalkan. Untuk itu yang diperlukan sekarang adalah bagaimana energi potensial yang ada pada mereka dapat diubah menjadi energi aktual untuk dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin.

PEMBAHASAN

1. Potensi UKM

Pemberdayaan manajemen melalui optimalisasi potensi UKM sebagai implementasi dari keinginan mengembangkan ekonomi rakyat merupakan opsi yang sangat mungkin mengingat industri kreatif dan UKM memiliki beberapa potensi unggulan antara lain: a) Sebagian besar usaha mereka menggunakan bahan baku lokal dan bersifat padat karya; b) Modal kecil dengan *time lag* cepat serta; c) Mampu memaksimalkan sumberdaya lokal karena dapat dilaksanakan diberbagai tempat sesuai dengan potensi daerah.

Namun demikian pemberdayaan industri kreatif dan UKM merupakan pekerjaan yang sangat besar dan rumit. Hal ini

dikarenakan banyaknya jumlah UKM yang menurut Biro Pusat Statistik (2007) telah mencapai lebih dari 48 juta unit usaha. Demikian juga UKM tersebar dalam wilayah yang sangat luas, serta beragamnya jenis usaha yang dilakukan oleh UKM. Salah satu masalah yang dihadapi dalam rangka pemberdayaan UKM dalam era otonomi daerah sekarang ini adalah keragaman pemahaman tentang kepentingan pemberdayaan industri kreatif dan UKM dalam rangka mengatasi masalahmasalah perekonomian nasional. Hal ini sangat perlu diperhatikan mengingat dari pemahaman tersebut akan melahirkan kepedulian. Potensi UKM memang perlu dikedepankan karena faktor inilah yang akan dijadikan andalan untuk membangun ekonomi yang bercorak kerakyatan, yang diharapkan mampu mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Dua kelebihan industri kreatif dan UKM yang dapat dijadikan dasar pemikiran dalam merancang strategi pemberdayaan kelompok ini adalah :

Jumlah dan Penyebaran UKM

Jumlah industri kreatif dan UKM sangat banyak dan tersebar luas diseluruh wilayah Republik Indonesia. Dengan demikian UKM dapat dipandang sebagai asset nasional dan juga asset yang paling potensial bagi daerah, oleh sebab itu pemberdayaan UKM merupakan salah satu wujud pemerataan pembangunan.

Pemberdayaan industri kreatif dan UKM bukan saja merupakan target pembangunan di tingkat pusat, tetapi juga merupakan bagian dari program-program pembangunan daerah, yang idealnya

harus dimasukkan dalam kalkulus perencanaan pembangunan daerah.

Karakteristik industri kreatif dan UKM

Sebagian besar kegiatan industri kreatif dan UKM bersifat: (1) padat karya, sehingga tidak banyak memerlukan modal sebaliknya mampu menampung potensi sumberdaya manusia; (2) tidak memerlukan teknologi tinggi sehingga berpeluang untuk dilaksanakan oleh kalangan yang berpengetahuan terbatas (*non skill*); (3) banyak memanfaatkan sumberdaya lokal sehingga tidak banyak terpengaruh oleh gejolak perekonomian internasional, sebaliknya dapat merangsang pertumbuhan usaha lokal yang berdampak luas pada optimalisasi pemanfaatan seperti lahan, hasil-hasil pertanian tambang dan bahan galian, produk sampingan hasil hutan dll.

Dengan demikian ketergantungannya pada produk-produk barang import relatif rendah; (1) selang waktu produksi relatif singkat sehingga cepat menghasilkan produk dan; (2) produk barang bervariasi dari bahan mentah sampai dengan produk akhir. Sebagian produk UKM merupakan bahan-bahan kebutuhan primer sedangkan sebagian lainnya merupakan barang-barang yang potensi pemasarannya baik di dalam maupun di luar negeri masih cukup luas.

Kendala

Keberhasilan pemberdayaan industri kreatif dan UKM masih dihadapkan oleh banyak masalah antara lain: (a) rendahnya Produktifitas UKM yang berdampak pada kesenjangan rata-rata

sumbangan terhadap PDB dan pendapatan yang diterima antara UKM dengan Usaha besar; (b) terbatasnya akses UKM kepada sumberdaya produktif seperti permodalan, teknologi produksi, penguasaan informasi dan akses terhadap pasar serta; (c) tidak kondusifnya iklim usaha yang dihadapi oleh UKM sehingga memperbesar peluang terjadinya marginalisasi dari kelompok UKM. Ketiga masalah di atas merupakan dampak dari adanya berbagai masalah baik sektoral maupun fungsional yang saling berkaitan, yang untuk mengetahuinya harus diuraikan secara sistematis dan komprehensif.

Untuk mempercepat proses pemberdayaan industri kreatif dan UKM pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan baik yang bersifat sektoral melalui instansi yang berwenang, maupun melalui pendekatan kedaerahan. Sebagian dari kebijakan telah dapat diimplementasikan dalam berbagai bentuk program, tetapi program-program tersebut tidak dengan sendirinya dapat mengeliminir semua kendala yang dihadapi oleh industri kreatif dan UKM.

2. Strategi Industri Kreatif dalam Pemberdayaan UKM

Pendekatan strategi Pengembangan Industri Kreatif Pada Sektor UKM.

Pemberdayaan sektor industri kreatif dan UKM merupakan pekerjaan yang sangat besar dan rumit, oleh sebab itu apa-apa yang dilakukan pemerintah melalui pelaksanaan berbagai program langsung adalah bersifat stimulan untuk mendorong UKM agar secara

mandiri dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Ketiga masalah pokok yang dihadapi oleh industri kreatif dan UKM diatas, juga tidak mungkin semuanya dimasuki oleh pemerintah, karenapemerintah sebagai unsur penyeimbang hanya mengeluarkan kebijakankebijakan yang pada hakekatnya dapat mendorong pemanfaatan sumberdaya pembangunan secara optimal. Banyak hal-hal yang menjadi kendala dalam pemberdayaan UKM tetapi berada di luar jangkauan kewenangan pemerintah, atau pemerintah juga perlu mempertimbangkan unsur-unsur lainnya dalam mengeluarkan kebijakan untuk mendorong UKM dari aspek tersebut.

Strategi Industri Kreatif dan UKM dalam Menghadapi Era Globalisasi

Sebagai kelompok usaha dengan jumlah terbesar dalam struktur dunia usaha yang ada di Indonesia, idealnya industri kreatif dan UKM dapat berperan dominan dalam berbagai aspek perekonomian. Kenyataan menunjukkan bahwa UKM dibangun oleh para pengusaha yang memiliki aset terbatas, kemampuan bisnis terbatas dan jaringan usaha yang tidak terkoordinasi dengan baik. Kondisi ini memang merupakan warisan dari jaman kolonial yang sampai sekarang ini belum dapat dihapuskan, walaupun jumlah dan peranan UKM dalam sistem perekonomian relatif cukup besar. UKM lebih sering menjadi kelompok yang termarginalkan terlebih lagi bila kebijakan pembangunan diarahkan pada upaya mengejar angka

pertumbuhan, yang mengarah pada kegiatan-kegiatan padat modal.

Masa resesi multidimensional yang melahirkan era reformasi juga telah memberikan pengalaman kepada bangsa Indonesia bahwa peran industri kreatif dan UKM dalam perekonomian nasional perlu diperhitungkan, oleh sebab itu dalam menghadapi ekonomi global UKM juga harus bersiap diri. Salah satu persiapan yang perlu mendapatkan perhatian adalah perbaikan produktifitas UKM dengan penerapan teknologi khususnya teknologi tepat guna yang tetap dapat mempertahankan kriteria UKM sebagai kelompok usaha yang bersifat padat karya.

Faktor lainnya yang juga perlu dikembangkan dalam rangka menghadapi persaingan pasar yang akan semakin ketat adalah pembentukan jaringan usaha yang harus dibangun melalui usaha penguasaan informasi dan komunikasi usaha. Kedua aspek usaha tersebut memang dapat dikembangkan sendiri oleh UKM bila UKM berada dalam kondisi yang optimal dalam arti kata kondisi internalnya telah cukup kuat dan lingkungan UKM cukup kondusif. Kemampuan internal industri kreatif dan UKM dimungkinkan bila kelompok ini memiliki kekuatan permodalan dan SDM. Sedangkan dari aspek eksternal lingkungan ekonomi dan politik cukup kondusif. Konsepsi kearah pengembangan penguasaan informasi dan pengembangan teknologi produksi juga tidak luput dari perhatian pemerintah.

Untuk membantu mengembangkan informasi dan jaringan usaha pemerintah telah

memperkenalkan konsep sentra dan kluster bisnis sedangkan untuk pengembangan teknologi produksi pemerintah telah mensosialisasikan berbagai teknologi tepat guna. Memang apa-apa yang telah diprogramkan oleh pemerintah tersebut hanya bersifat stimulan dan diharapkan UKM bersama dengan masyarakat dapat mengembangkannya sendiri, sesuai dengan potensi dan kondisi daerah masing-masing.

Sebagai kegiatan stimulan, program-program pemerintah idealnya merupakan suatu perspektif yang luas dan terpadu. Kebijakan pemberdayaan UKM harus lebih luas daripada sekedar membuat daftar program-program dukungan finansial dan teknis yang berdiri sendiri tanpa adanya kaitan antara satu dengan yang lain. Untuk meningkatkan efektifitas, kebijakan pemberdayaan UKM memang diperlukan adanya suatu konsepsi dasar yang dibangun berdasarkan suatu kajian yang komprehensif, terutama menyangkut reorientasi peran pemerintah dalam banyak aspek.

Salah satu isu sentral dalam pemberdayaan industri kreatif dan UKM selama ini adalah tidak adanya kesinambungan pelaksanaan program-program yang dilaksanakan oleh pemerintah atau kebijakan program sebagian bersifat *trial and error*. Untuk itu maka diperlukannya adanya suatu kebijakan yang berkesinambungan yang berkaitan langsung dengan perbaikan penyelenggaraan pemerintah (*good governance*). Pemerintah merupakan pelaku tunggal yang dapat menjamin penyelenggaraan pemerintah yang baik dan penentu aturan main dalam ruang lingkup kegiatan antara pelaku

usaha (UKM). Demikian juga tanpa meletakkan pra kondisi dasar manajemen yang sehat, peraturan perundangan investasi dalam layanan sosial yang mendasar, infrastruktur dan modal SDM. Maka langkah-langkah khusus untuk mempromosikan usaha di Indonesia hanya akan merupakan hal yang semu saja. Ada beberapa bidang kebijakan prioritas untuk perbaikan penyelenggaraan pemerintahan, antara lain: penciptaan dan pemeliharaan stabilitas politik dan ekonomi makro. Reformasi sistem peradilan, serta pengurangan defisit anggaran untuk mengurangi tekanan terhadap bunga komersial. Pemerintahan yang baik juga berarti penerapan kebijakan dan program secara transparan bertanggung jawab.

Stimulasi lingkungan untuk meningkatkan daya saing secara teknis maupun finansial. Pemerintah tidak dapat langsung mengatasi hambatan luar maupun defisit internal yang dialami oleh sebagian besar atau bahkan seluruh 40 juta usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia. Sebaliknya peran pemerintah hadala menciptakan insentif serta membantu bisnis agar mampu menghadapi persaingan.

Secara praktis, hal ini berarti membangkitkan upaya untuk menghilangkan monopoli dan menghapus berbagai hambatan perdagangan dalam negeri dan internasional. Sehingga dapat meningkatkan peluang bisnis usaha mikro dan dan sukses kepada sumberdaya produktif untuk meningkatkan daya saing usaha mikro dan kemampuan berwiraswasta, instrumen pengaturan terfokus pada standarisasi dan sertifikasi, serta piranti tidak

langsung seperti peningkatan akses informasi dan pelatihan yang relevan, serta memadukan isu pengembangan usaha mikro dalam kebijakan terkait.

Daya saing usaha mikro ke sumberdaya produktif sangat bergantung pada kemajuan dan tindakan yang diambil dalam bidang perdagangan dan investasi, pengembangan infrastruktur, pembangunan daerah, komunikasi serta angkutan. Kebijakan privatisasi dan belanja pemerintah membentuk peluang usaha bagi usaha mikro. Selain itu usaha mikro merupakan obyek, pelaku sekaligus pemanfaat penting dari kebijakan ketenagakerjaan, lingkungan dan perlindungan konsumen.

Peningkatan partisipasi *stakeholder* sektor swasta; partisipasi yang kuat dari *stakeholder* sektor swasta dalam perencanaan kebijakan akan mencegah kebijakan terhadap kelompok khusus dan memfasilitasi identifikasi distorsi pasar. Dalam implementasi kebijakan, asosiasi usahasektor swasta dapat bertindak sebagai multiplier yang kuat, dengan mengambil alih peran penting dalam pengembangan kemampuan dan meningkatkan akses usaha mikro kecil, informasi pasar dan teknologi yang relevan.

Akhirnya pengakuan masyarakat terhadap organisasi sektor swasta akan memperbaiki citra organisasi tersebut disamping meningkatkan kekuatan pasar (*bargaining power* para anggota secara kolektif terhadap pelaku ekonomi lainnya. Dengan demikian upaya peningkatan partisipasi *stakeholder* sektor swasta akan diintensifkan melalui gabungan beberapa macam instrumen-instrumen ini termasuk pendiri forum

stakeholder diberbagai tingkatan, instrumen peningkatan kemampuan khusus maupun intensifikasi kerjasama dengan asosiasi usaha dalam implementasi kebijakan partisipasi *stakeholder* sektor swasta juga akan meningkatkan pada saat pemerintah mengurangi keterlibatannya dalam memberikan layanan-layanan tertentu seperti penyediaan informasi pasar yang sebaiknya disalurkan melalui asosiasi sektor swasta.

Pengkajian peraturan: Membuat peraturan adalah salah satu fungsi inti negara. Pengaturan pemerintah dan implementasi administrasinya mempengaruhi akses usaha mikro terhadap pasar, serta biaya transaksi dan administrasinya. Ketidakpastian hukum dan peraturan dapat membuat distorsi proses pengambilan keputusan usaha mikro sehingga tidak menggairahkan perencanaan dan investasi jangka panjang. Serta dapat menjadi lahan subur untuk korupsi. Oleh karena itu, penciptaan peraturan bisnis dan regulasi perpajakan yang jelas, konsisten dan tidak diskriminatif termasuk perencanaan administrasi untuk pelaksanaannya, merupakan instrumen kunci bagi implementasi strategi pengembangan usaha mikro.

Dari sisi praktis, hal ini berarti penciptaan undang-undang prosedur administrasi sebagai kerangka acuan yang meningkat diberbagai departemen dan lembaga pemerintah yang mempunyai fungsi mengatur maupun mengkaji perundangan dan peraturan kunci yang mempengaruhi akses usaha mikro terhadap pasar, biaya transaksi dan administrasi, serta keamanan bisnisnya. Disamping itu perlu adanya peningkatan perhatian pada

standarisasi dan sertifikasi sebagai pendorong keterbukaan pasar dan keamanan konsumen, sekaligus stimulasi persaingan dan pengurangan biaya transaksi dan resiko usaha. Kolaborasi intensif dengan para *stakeholder* swasta yang relevan, khususnya asosiasi usaha, akan menolong identifikasi hambatan peraturan dan admintrasi serta sertapengembangan rancangan kelayakan implementasi. Termasuk partisipasi kuat *stakeholder* swasta untuk penguat standarisasi produk dan layanan.

Dalam hal ini, instrumen kunci lainnya ialah pembentukan sejumlah forum dan kelompok kerja *stakeholder* untuk mendukung proses pengkajian peraturan dan kebijakan. Tidak terlibat dalam layanan langsung. Pengalaman umum di Indonesia maupun di negara-negara lain menunjukkan bahwa dukungan pelayanan langsung kepada usaha mikro oleh pemerintah adalah kurang baik, Indonesia telah memperkenalkan beberapa skema layanan usaha mikro, termasuk kredit subsidi, pendampingan teknis dan kewajiban melakukan kemitraan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil.

Promosi dan program dukungan pemerintah kepada usaha mikro di waktu lampau cenderung bernuansa politis ketimbang pasar riil, dan dengan demikian lebih merefleksikan tujuan politik dari pada layanan kebutuhan usaha secara sektor program-program ini dirancang secara birokratis terpusat, padat dengan subsidi, dan memiliki jangkauan sasaran yang terbatas. Dari sisi efektivitas, program-program ini juga menghambat

penyediaan layanan komersial yang potensial dari sektor swasta.

Oleh karena itu, sejauh dimungkinkan, distorsi pasar layanan untuk usaha mikro seyogyanya diatasi melalui instrumen regulasi, termasuk regulasi Bank Indonesia dan standar supervisi terhadap lembaga dan jasa keuangan. Jika intervensi langsung dianggap benar-benar dibutuhkan, seharusnya intervensi tersebut diserahkan ke pengembangan pasar, penyediaan layanan jasa keuangan dan jasa dukungan secara komersial. Hal ini akan meningkatkan jangkauan, efisiensi dan kesinambungan intervensi pemerintah.

Peran Pemerintah Dalam Mendukung Industri Kreatif dan UKM

Walaupun pemerintah tidak sepenuhnya dapat berkonsentrasi pada upaya pemberdayaan industri kreatif dan UKM, tetapi berbagai program yang dilaksanakan dalam upaya mempercepat pemberdayaan industri kreatif dan UKM telah dilaksanakan secara intensif. Dalam tiga tahun terakhir (tahun anggaran 2004 sampai dengan 2006) Kementerian Negara Koperasi dan UKM telah melaksanakan program-program pemberdayaan yang diarahkan untuk memperkuat kondisi dan posisi dalam sistem perekonomian. Program dimaksud dinamakan program perkuatan UKM.

Program yang bertujuan sama juga telah dilakukan oleh 11 Instansi pemerintah antara lain oleh Menteri negara Koordinator Bidang Ekuin, Departemen Pertanian, Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan dan lainlain. Dalam tiga tahun tersebut Kementerian Negara

Koperasi dan UKM telah melaksanakan 16 jenis program pemberdayaan dan menyalurkan dana bantuan perkuatan untuk UKM sebesar Rp 2,35 triliun (5,7% dari anggaran pemberdayaan UKM).

Pada prinsipnya pemberdayaan Industri Kreatif dalam UKM dilakukan melalui: (a) revitalisasi peran koperasi dan perkuatan posisi UKM dalam sistem perekonomian nasional dan; (b) revitalisasi koperasi dan perkuatan UKM dilakukan dengan: (1) memperbaiki akses industri kreatif dan UKM terhadap permodalan, teknologi, informasi dan pasar, (2) memperbaiki iklim usaha: (a) mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya pembangunan dan; (b) mengembangkan potensi sumberdaya lokal. Untuk tujuan tersebut Kementerian Negara Koperasi dan UKM bekerjasama dengan instansi terkait dan Pemerintah Daerah Propinsi serta Kabupaten/Kota Madya, telah melaksanakan program-program pemberdayaan UKM dan koperasi yang difokuskan pada:

- a. Penataan Peraturan Daerah (Perda) untuk mendukung pemberdayaan UKM dan Penataan dan penyempurnaan Peraturan Perundangundangan yang berkaitan dengan pengembangan UKM.
- b. Peningkatan Akses industri kreatif dan UKM terhadap Sumber-sumber Pendanaan yang antara lain melalui program pengembangan berbagai Skim Perkreditan untuk UKM dan Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro.
- c. Pemberdayaan di Bidang Produksi melalui Bantuan Sektor Usaha Selektif sebagai stimulant

antara lain: Program pengembangan Pengadaan Pangan Koperasi dengan sistem Bank Padi dan Program pengembangan usaha penangkapan ikan.

- d. Pengembangan Jaringan Pemasaran yang antara lain melalui Promosi proyek industri kreatif dan UKM, Modernisasi usaha ritel koperasi dan Pengembangan sarana pemasaran UKM.
- e. Pemberdayaan Sumberdaya UKM antara lain melalui program penun buhan wirausaha baru Peningkatan kemampuan teknis dan manajerial industri kreatif dan UKM dan Pengembangan kualitas layanan Koperasi.
- f. Pengkajian, Penelitian dan Pengembangan Sumberdaya industri kreatif dan UKM dan Koperasi yang antara lain melalui: pengkajian, penelitian dan pengembangan potensi kendala dan permasalahan UKM; Diskusi Permasalahan dan Isu-isu strategis dalam proses pemberdayaan UKM dan Sosialisasi hasil-hasil kajian, penelitian, pengembangan dan diskusi pemberdayaan industri kreatif dan UKM, melalui penerbitan buku, jurnal dan majalah Ilmiah.

Hasil kajian yang dilakukan oleh Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMK tahun 2006 di Sumatera Barat, Jawa Barat, Bali, Kalimantan Barat dan Sulawesi Selatan memperlihatkan bahwa Pada umumnya penerima bantuan perkuatan adalah mereka yang sudah berusaha disuatu bidang usaha atau berpengalaman rata-rata 2,3 tahun.

Sebagian besar (68%) tidak memiliki modal sendiri, tetapi menggunakan modal pinjaman dari pihak lain. Penghasilan yang diperoleh dari usaha yang dilaksanakan cukup menguntungkan dengan margin rata-rata 62,1% dari modal per tahun.

Oleh karena bantuan perkuatan yang diterima jumlahnya relatif kecil (rata-rata Rp 1,94 juta), dana tersebut baru cukup untuk menghilangkan (mensubstitusi) ketergantungan pada sumber permodalan lain (sebagian dari rentenir). Namun demikian, dengan adanya bantuan perkuatan sebesar Rp 1,94 juta, Omset UKM meningkat 20,91% dari rata-rata Rp 44,429 juta, menjadi Rp 53,489 juta. Demikian juga laba UKM meningkat 27,68% dari rata-rata Rp 10,495 juta, menjadi Rp 13,436 juta per tahun. Oleh karena jumlah modal yang berasal dari program perkuatan juga tidak terlalu besar, maka perluasan skala usaha dengan adanya pinjaman modal perkuatan hanya bertambah sebesar 31%. Akibatnya UKM belum mampu menambah tenaga kerja dari luar, maka output yang dihasilkan masih terbatas pada peningkatan pendapatan UKM dan belum mengurangi pengangguran, tetapi jam Kerja UKM bertambah rata-rata 1,85 jam per hari. Dengan demikian rata-rata pertambahan tenaga UKM sebesar 0,65 orang per UKM.

Sumbangan UKM terhadap PDB relatif tidak banyak berubah, atau tidak mengalami tambahan yang signifikan. Hal ini dapat dijelaskan dengan memperhatikan bahwa pertambahan jumlah PDB yang berasal dari adanya UKM yang mendapat bantuan perkuatan sebesar Rp 2.142 juta adalah sangat kecil (0,83%) dibandingkan dengan PDB daerah yang mencapai Rp 3.878

Miliar. Kondisi yang demikian nampaknya cukup wajar karena jumlah UMKM yang menerima bantuan hanya 0,42% dari jumlah UKM. Demikian juga usaha-usaha yang dilaksanakan oleh UKM merupakan kegiatan spesifik daerah yang tidak lagi memberikan imbas secara signifikan terhadap kegiatan usaha yang ada dibelakangnya, maupun yang ada di depannya, karena usaha-usaha tersebut sudah ada sebelumnya dan pertambahan jumlah kebutuhan maupun produk yang dihasilkan oleh UKM yang mendapat bantuan perkuatan juga relatif masih sangat sedikit.

Mencermati hhasil penelitian tersebut juga diketahui rata-rata kebutuhan modal industri kreatif dan UKM sebesar Rp 4,07 juta, sedangkan rata-rata jumlah pinjaman yang diberikan baru mencapai Rp 1,94 juta per UKM). Jumlah dana yang sudah disalurkan baru mencukupi 8,37% dari jumlah UKM, yang membutuhkan pinjaman modal Dengan asumsi dana tersebut dapat digulirkan secara lancar maka waktu yang perlukan untuk satu kali rotasi adalah 11,94. Sumbangan kelompok UKM terhadap PDB relatif tidak berubah banyak, atau tidak mengalami tambahan yang signifikan. (1,46%)

KESIMPULAN

Walaupun industri kreatif dan UKM sering dinyatakan sebagai katup pengaman perekonomian nasional, tetapi sampai sekarang ini perkembangan industri kreatif dan UKM masih dihadapkan pada berbagai masalah, terutama yang bersumber dari iklim usaha yang tidak kondusif sebagai akibat dari kecenderungan berkembangnya

persaingan bebas. Dalam menghadapi kondisi ekonomi nasional dan perekonomian dunia yang semakin kental diwarnai oleh persaingan dan efisiensi tersebut, nampaknya UKM tidak lagi dapat bersandar pada dorongan dari luar, tetapi UKM harus dapat menjadikan unsur luar dan segala permasalahan yang dihadapi sebagai tantangan untuk lebih mengedepankan potensi internal mereka.

Potensi internal industri kreatif industri kreatif dan UKM telah membuktikan kehandalannya dalam menghadapi kondisi yang paling sulit seperti pada era krisis moneter. Ketahanan UKM tersebut mengindikasikan bahwa mereka memiliki potensi yang besar, yang dapat diandalkan. Untuk itu yang diperlukan sekarang adalah bagaimana enersi potensial yang ada pada mereka dapat diubah menjadi energi aktual untuk dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin. Kebijakan pemerintah yang diimplementasikan dalam berbagai bentuk program, hanya bersifat sebagai stimulan. UKM sendiri sebenarnya memiliki berbagai keunggulan yang bersifat potensial, antara lain jumlah dan karakteristik UKM. Dari satu sisi adanya potensi tersebut UKM seharusnya dapat membangun strategi untuk menghadapi iklim usaha yang tidak kondusif, ataupun mengadaptasikan diri dengan kondisi tersebut. Berbagai solusi dapat dilakukan oleh industri kreatif dan UKM antara lain dengan mengembangkan kerjasama dalam koperasi, membangun sentra dan klaster bisnis sampai dengan membangun kemitraan usaha.

Dalam mendukung usaha-usaha tersebut pemerintah dapat berperan

baik sebagai regulator yang mampu mengurangi dampak arus persaingan bebas dan atau sebagai fasilitator yang dapat memperkuat kondisi internal industri kreatif dan UKM. Disisi lain untuk memajukan industri kreatif dan UKM dalam meningkatkan kesejahteraan diperlukan adanya komitmen yang kuat dari semua kalangan. Untuk membangun komitmen yang lebih besar dapat saja dikembangkan isu politik yang dapat dipertanggung jawabkan. Strategi tersebut diperlukan untuk memberikan keyakinan kepada para pengambil keputusan agar lebih berpihak kepada pembangunan kelompok UKM. Sejauh tidak adanya proses komunikasi politik yang langsung dibangun dan ditumbuhkan oleh para eksponen yang bergerak dalam pemberdayaan UKM, maka sulit bagi UKM untuk dalam waktu singkat mampu berdiri sejajar dengan perusahaan besar.

Jumlah industri kreatif dan UKM sangat banyak dan tersebar luas di seluruh wilayah Republik Indonesia. Dengan demikian UKM dapat dipandang sebagai asset nasional dan juga asset yang paling potensial bagi daerah, oleh sebab itu pemberdayaan UKM merupakan salah satu wujud pemerataan pembangunan. Pemberdayaan UKM bukan saja merupakan target pembangunan di tingkat pusat, tetapi juga merupakan bagian dari program-program pembangunan daerah, yang idealnya harus dimasukkan dalam kalkulus perencanaan pembangunan daerah.

Beberapa potensi industri kreatif dan UKM yang idealnya dapat digali dalam rangka menghadapi persaingan adalah: (a)

kegiatan usaha UKM yang bersifat padat karya, sehingga tidak banyak memerlukan modal sebaliknya mampu menampung potensi sumberdaya manusia; (b) tidak memerlukan teknologi tinggi sehingga berpeluang untuk dilaksanakan oleh kalangan yang berpengetahuan terbatas; (c) banyak memanfaatkan sumberdaya lokal sehingga tidak banyak terpengaruh oleh gejolak perekonomian internasional, sebaliknya dapat merangsang pertumbuhan usaha lokal yang berdampak luas pada optimalisasi pemanfaatan seperti lahan, hasil-hasil pertanian tambang dan bahan galian, produk sampingan hasil hutan dll. Dengan demikian ketergantungannya pada produk-produk barang import relatif rendah; (d) selang waktu produksi (time lag) relatif singkat sehingga cepat menghasilkan produk dan; (e) produk barang bervariasi dari bahan mentah sampai dengan produk akhir. Sebagian produk industri kreatif industri kreatif dan UKM merupakan bahan-bahan kebutuhan primer sedangkan sebagian lainnya merupakan barang-barang yang potensi pemasarannya baik di dalam maupun di luar negeri masih cukup luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous, (1995). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 Tentang Usaha Kecil Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil*. Ditjen Pembinaan Koperasi Perkotaan. Jakarta.
- Anonymou, (2006). *Kajian Manfaat Program Perkuatan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM*. Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM, Kementerian Negara UMKM. Jakarta.
- Farhan Ahcmad. (2002). *Metamorfosis Kehidupan usaha Mikro Kecil dan Mengah yang tidak berjalan mulus*. Harian Republika tanggal 23 Maret tahun 2002.
- Nasution Muslimin, (2000). *Mencari Bentuk Pemberdayaan yang sesuai dengan Karakter UMKM*. Departemen Kehutanan RI. Jakarta.
- Syarif, (2006). *Tolok Ukur Keberhasilan Program-program Perkuatan UMKM: Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM Kementerian Negara UMKM*. Jakarta.
- Wayan Suardja.AR, (2007). *Kebijakan Pengembangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Daerah dan Percepatan Penanggulangan Kemiskinan*. Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM Kementerian Negara UMKM. Jakarta.
- Surya Dharma Ali, (2007). *Langkah Nyata UMKM Dalam Menanggulangi Kemiskinan dan Pengangguran*. Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jakarta.
- Hitt, Michael A, Ireland, R. Duane, Hosjisson, Robert, Robert E, (2001). *Manajemen Strategis*:

Daya Saing dan Globalisasi Konsep. Edisi Keempat, South Western College Publishing, Singapura, 2001.

Nasution, M.,(1999). *KOPERASI: Pemikiran dan Peluang Pembangunan Masa Depan*. Departemen Kehutanan dan Perkebunan. Jakarta.

Sebstad, Jennefer, (1998). *Toward Guidelines for Lower-Cost*

Impact Assessment Methodologies for Microenterprise Programs. Discussion Paper for the Second Virtual Meeting of the CGAP Working Group on Impact Assessment Methodologies Juni 1998. Washington, D. C. USAID AIMS.