



WARTA KUMKM



PENGUATAN UMKM UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI YANG BERKUALITAS

Peningkatan Daya Saing

Pertumbuhan yang Inklusif





DIREKTORAT PENGEMBANGAN UKM DAN KOPERASI

WARTA KUMKM

VOLUME 5 - No.1 - 2016

PENASEHAT : RAHMA IRYANTI

PENANGGUNG JAWAB: ADHI PUTRA ALFIAN

TIM REDAKSI: LEONARDO A.A.T. SAMBODO, MAHASTUTI, GUSTI ROSVIA WARDHANI,
HARRY LESMANA, DINI AJANI PUTRI, TEUKU IRSAL, BOBBY DWI VIRGIANDONO,
SATRIANDA GEMATAMA

ALAMAT REDAKSI:

Direktorat Pengembangan UKM dan Koperasi, Kementerian PPN/Bappenas,
Gedung Madiun Lt..6

Jl. Taman Suropati No. 2 Jakarta 10310, Indonesia

TELEPON: (+6221) 31934511

EMAIL: pkukm@bappenas.go.id

KATA PENGANTAR

Upaya penguatan UMKM dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkualitas perlu didasarkan pada karakter dan strategi UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Pemahaman ini termasuk tentang bagaimana UMKM berkembang dari pendirian usaha sampai bisa "naik kelas" ke skala usaha yang lebih besar. Strategi UMKM untuk mengembangkan usahanya juga tidak terlepas dari peran pemerintah. Langkah-langkah pemerintah untuk memberi kemudahan izin usaha, pendampingan, dan akses pembiayaan, terlihat melalui paket-paket kebijakan diharapkan dapat memperkuat kapasitas UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan dalam ekosistem usaha yang semakin dinamis.

Jakarta, Juli 2016

Redaksi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR - 2

DAFTAR ISI - 3

SEKILAS DATA - 4

KAJIAN - 9

KEPASTIAN USAHA - 22

PENDAMPINGAN USAHA - 24

SISTEM INFORMASI - 30

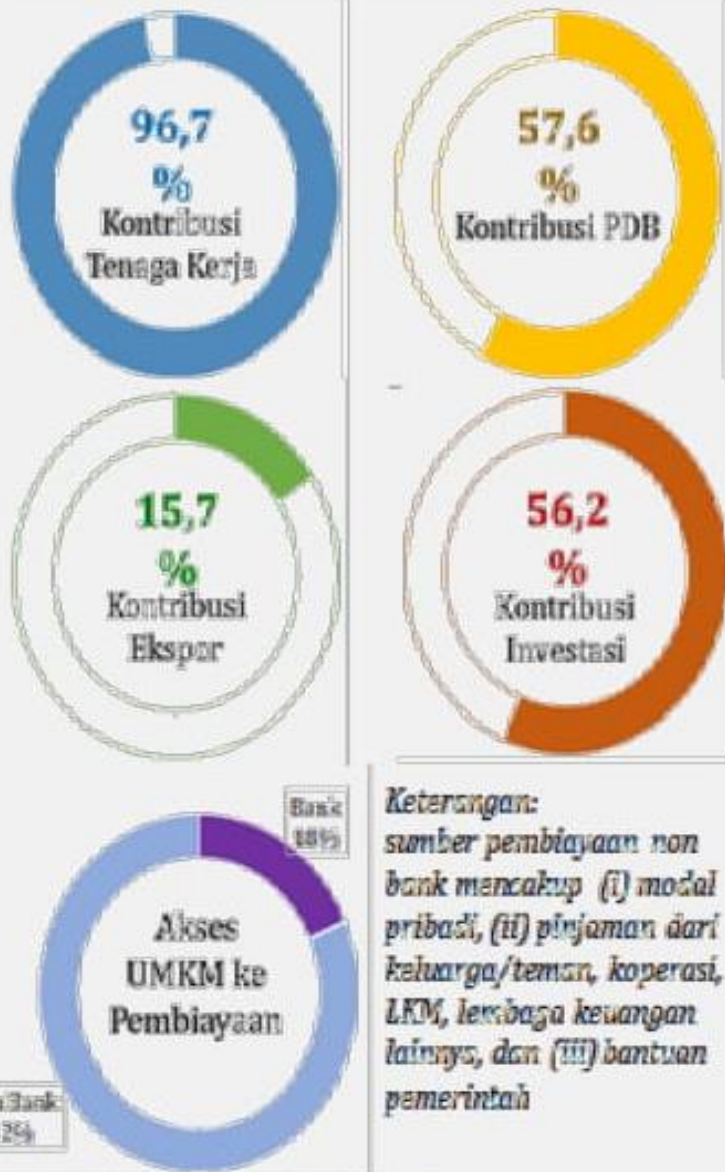
PAKET KEBIJAKAN TERKAIT UMKM DAN KOPERASI - 31

NSPK PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN - 33

OLEH-OLEH MONEV : KOPERASI PUAN ARIYA - 34

Perkembangan UMKM dan Koperasi

Jumlah UMKM (2014):
59,3 juta unit (99,9% unit usaha)

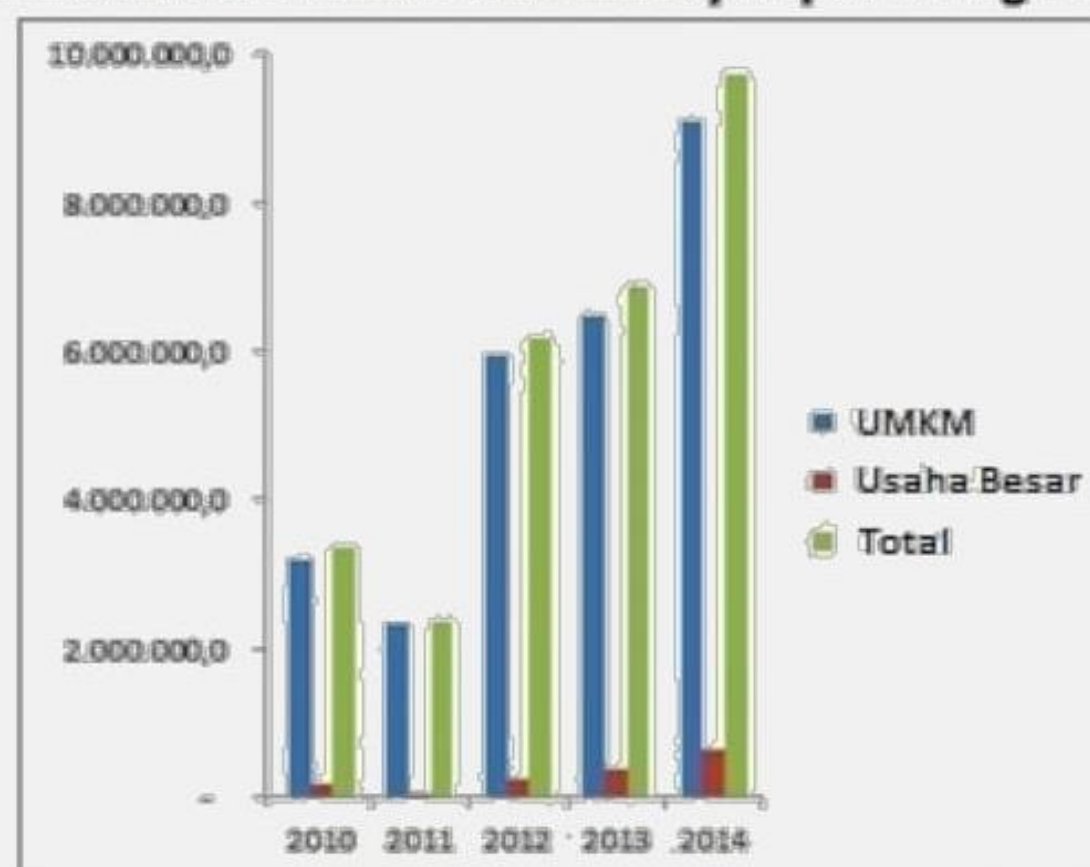


Sumber : Kementerian KUKM dan BI

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memberi kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional. Pada tahun 2015, jumlah UMKM diperkirakan mencapai 60,7 juta unit dan sebagian besar merupakan usaha berskala mikro (98,73 persen). Pertumbuhan UMKM dalam periode 2011-2015 mencapai 2,4 persen, dengan pertumbuhan terbesar terdapat pada usaha menengah yaitu sebesar 8,7 persen. Pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan usaha mikro pada lima tahun terakhir dapat menandakan adanya usaha yang naik kelas, disamping sebagai hasil dari peningkatan investasi pada skala menengah yang tercatat rata-rata sebesar 15,7 persen.

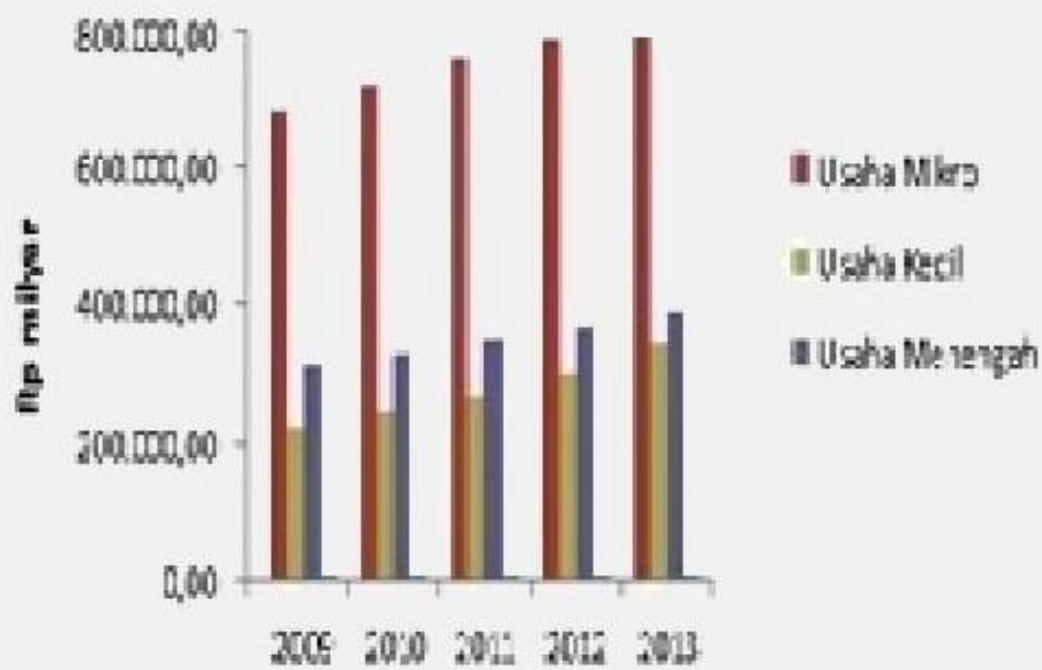
Pada periode yang sama, kapasitas UMKM untuk menyerap tenaga kerja terus mengalami peningkatan yaitu rata-rata sebesar 5,9 persen. Pada tahun 2015, jumlah tenaga kerja UMKM mencapai lebih dari 132,3 juta orang. Namun sebagian besar dari tenaga kerja UMKM (88,6 persen) masih merupakan tenaga kerja informal pada usaha-usaha berskala mikro.

Tren Kontribusi UMKM dalam Penyerapan Tenaga Kerja



Sumber : BPS dan Kementerian KUKM (berbagai tahun)

Tren Kontribusi UMKM dalam Pembentukan PDB

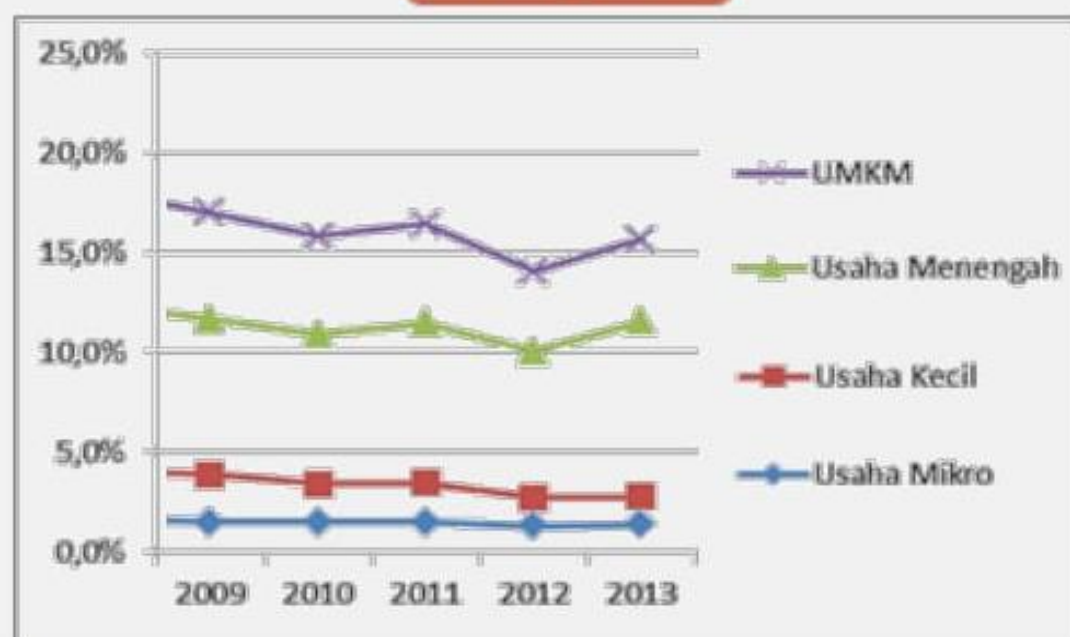


Sumber : BPS dan Kementerian KUKM (berbagai tahun)

terbesar terdapat di sektor perdagangan, pertanian dan industri pengolahan.

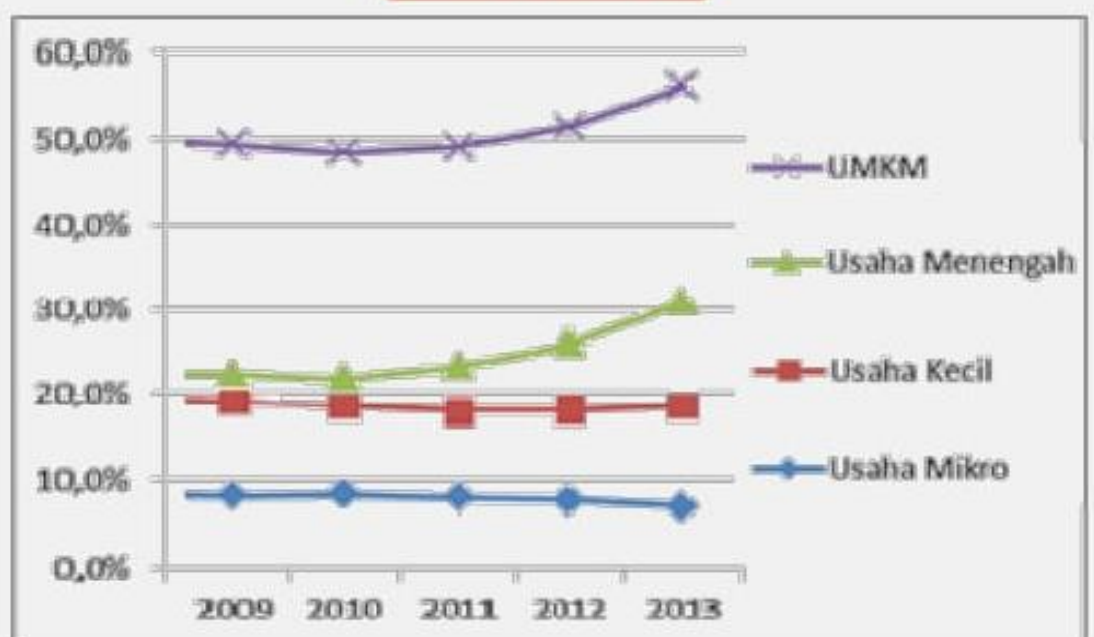
Kontribusi UMKM dalam perekonomian juga dapat dilihat dari kontribusinya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Pada periode 2009-2013, kontribusi UMKM mencapai 57,6 persen, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 6,7 persen. Sebagian besar PDB UMKM tersebut disumbangkan oleh usaha mikro (49,6 persen). Berdasarkan sektor, kontribusi PDB UMKM yang

Ekspor



Sumber : BPS dan Kementerian KUKM (berbagai tahun)

Investasi



UMKM juga memiliki peran yang cukup besar dalam ekspor dan investasi. Nilai ekspor non migas UMKM pada tahun 2015 mencapai Rp 192,5 triliun. Nilai ekspor tersebut meningkat sebesar 3,5 persen dibandingkan dengan nilai ekspor pada tahun 2014. Usaha menengah memiliki kontribusi ekspor terbesar yaitu 76,6 persen, sementara kontribusi usaha mikro dalam ekspor masih sangat terbatas (7,9 persen). Namun, kontribusi ekspor UMKM masih berfluktuasi, dengan kontribusi terbesar tercatat pada tahun 2004 yaitu sebesar 20,3 persen, dan terendah pada tahun 2012 sebesar 14,1 persen. Sementara itu, nilai investasi UMKM terus mengalami peningkatan rata-rata sebesar 10,6

persen dalam periode 2011-2015. Kontribusi investasi UMKM yang terbesar disumbangkan oleh usaha menengah (56,4 persen) dan usaha kecil (31,6 persen).

2015

- Jumlah koperasi aktif: 150.223 Unit
- Jumlah anggota: 37,78 juta

Perkembangan koperasi dalam lima tahun terakhir terus menunjukkan peningkatan yang positif. Jumlah koperasi aktif dan anggota koperasi meningkat masing-masing sebesar 3,8 persen dan 4,4 persen dalam lima tahun terakhir (2011-2015). Sebagian besar koperasi

aktif masih berada di Jawa dan Sumatera. Provinsi Jawa Timur memiliki populasi koperasi terbesar yaitu 31.182 unit. Di luar Jawa, Provinsi Sumatera Utara memiliki populasi koperasi yang tertinggi. Berdasarkan bidang usaha, sebagian besar koperasi merupakan koperasi konsumen yang sampai tahun 2013 mencapai 160 ribu koperasi (umumnya koperasi pegawai), sedangkan jumlah koperasi produsen dan pemasaran masih terbatas.

Sebaran Koperasi

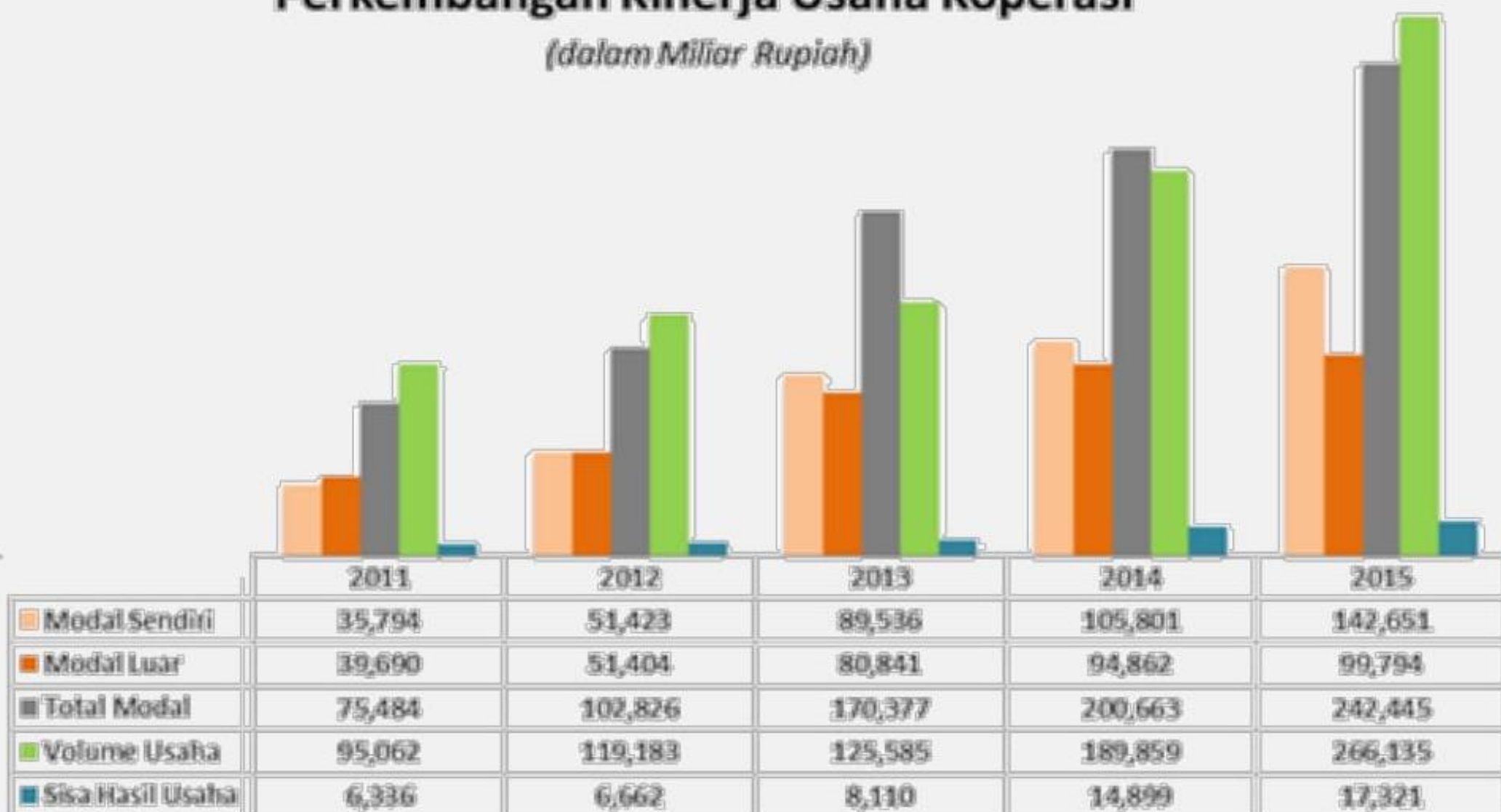


Sumber data : Kementerian UKM (diolah)

Dalam periode yang sama, usaha koperasi juga terus berkembang seperti ditunjukkan oleh pertumbuhan modal usaha sebesar 31,4 persen, volume usaha sebesar 29,2 persen, dan deviden/sisa hasil usaha sebesar 27,9 persen. Rasio modal sendiri terhadap modal luar koperasi juga terus meningkat sehingga mencapai 1,4 pada tahun 2015. Hal ini menunjukkan peningkatan partisipasi anggota koperasi untuk memperkuat modal koperasi baik melalui simpanan wajib, simpanan sukarela dan bentuk penempatan modal anggota lainnya. Hal yang masih menjadi perhatian dalam pengelolaan organisasi dan usaha koperasi yaitu jumlah koperasi yang sudah melaksanakan rapat anggota tahunan (RAT) sebagai bentuk akuntabilitas koperasi. Sampai tahun 2015, proporsi koperasi yang sudah melaksanakan RAT baru mencapai 38,7 persen.

Perkembangan Kinerja Usaha Koperasi

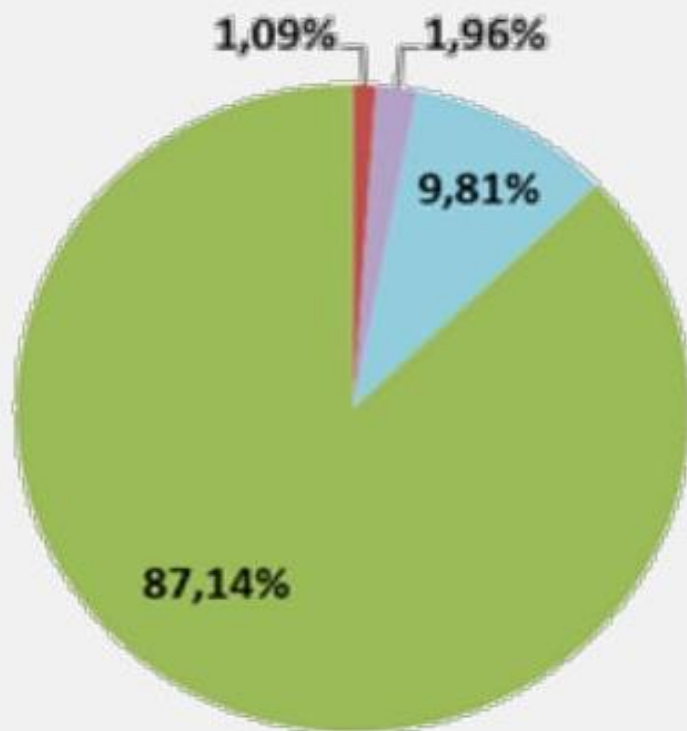
(dalam Miliar Rupiah)



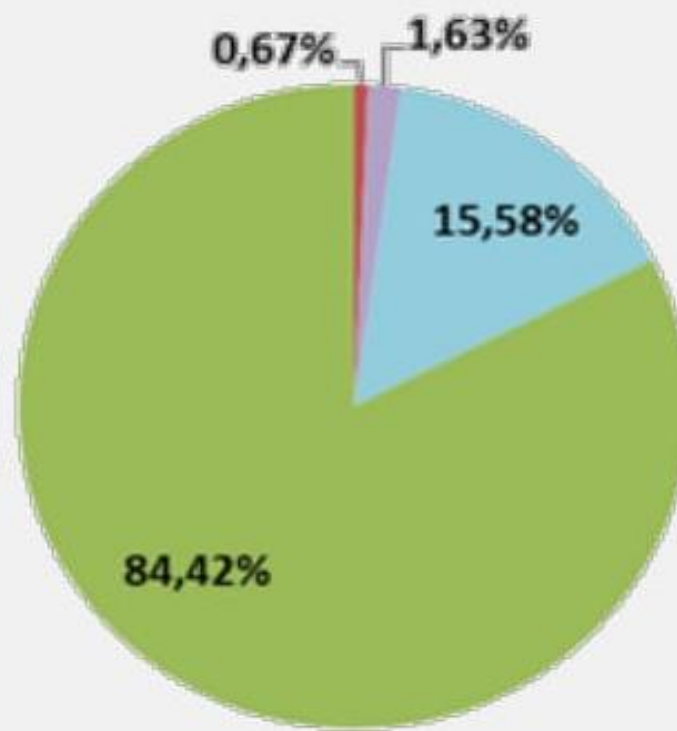
Sumber : Kementerian KUKM

Khusus terkait dengan koperasi simpan pinjam (KSP) dan unit simpan pinjam (USP), perannya dalam mendukung inklusi keuangan semakin meningkat, terutama dalam menyediakan layanan simpanan dan pinjaman formal yang mampu menjangkau masyarakat di berbagai wilayah.

Populasi Usaha Simpan Pinjam



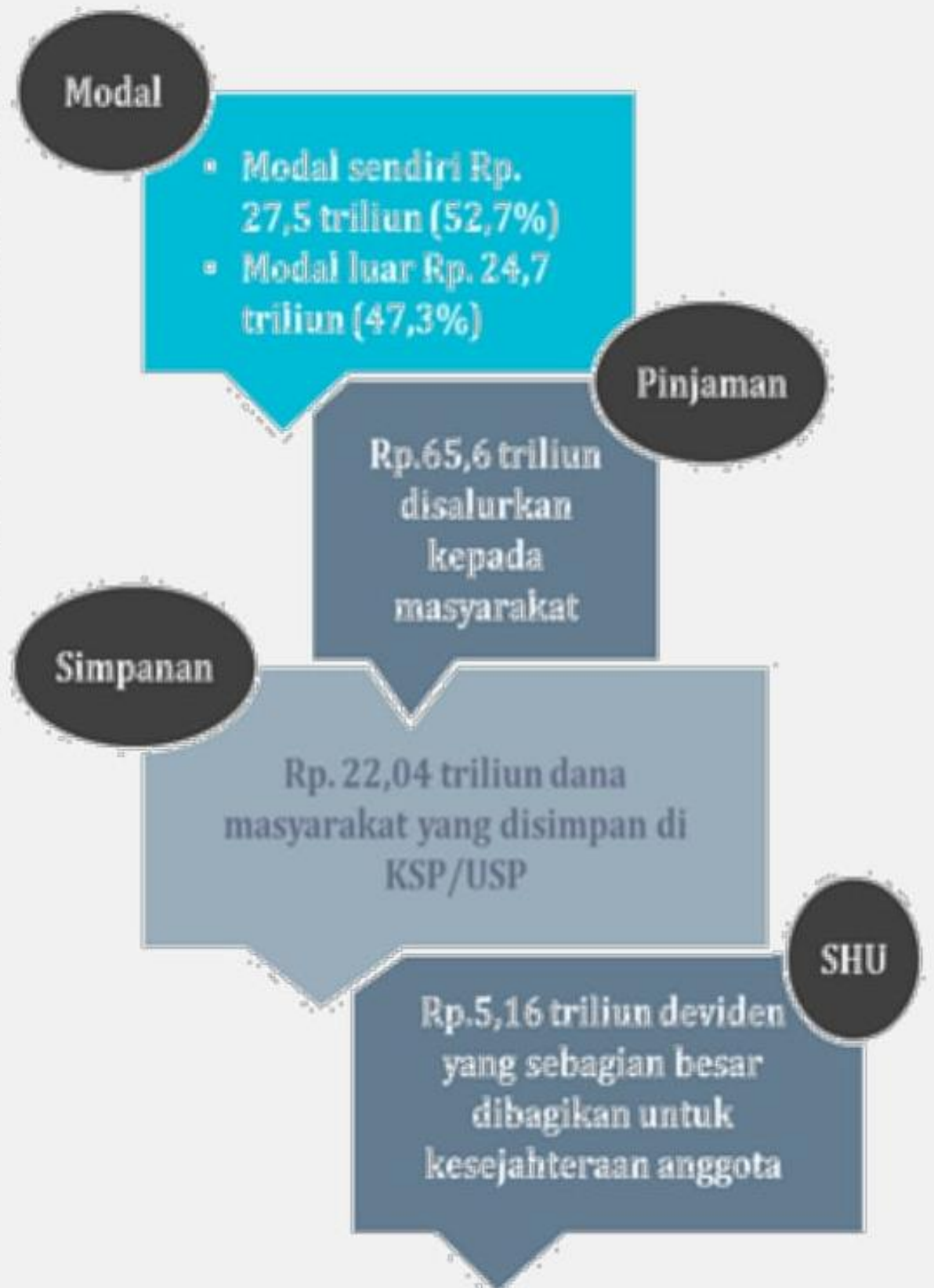
Populasi Anggota



- KSP Pembiayaan Syariah (KSP PS)
- USP Pembiayaan Syariah (USP PS)
- KSP/Koperasi Kredit (KSP/Kopdit)
- USP Koperasi (USP-Kop)

Sumber : Kementerian KUKM

Sampai dengan tahun 2014, jumlah KSP dan USP, baik dengan pola konvensional maupun syariah, mencapai 110.189 unit dengan anggota berjumlah 20,4 juta orang. Dana yang dihimpun KSP/USP melalui simpanan, dan yang disalurkan melalui pinjaman tumbuh masing-masing sebesar 27,0 persen dan 16,1 persen dalam periode 2012-2014.



Sumber : Kementerian KUKM

***Profiling* UMKM di Indonesia**

Latar Belakang

Literatur bisnis dan ekonomi mengatakan bahwa unit usaha secara alami akan tumbuh dari unit usaha yang kecil menjadi unit usaha yang besar. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ide pertumbuhan ini diterjemahkan dalam ide peningkatan kelas usaha dari usaha kecil menjadi usaha menengah, dan seterusnya menjadi usaha besar. Namun, pada kenyataannya, ide “naik kelas” UMKM tidak sederhana seperti yang ada di kerangka teoritis pertumbuhan unit usaha. Usaha kecil dikenal sulit untuk naik kelas menjadi usaha menengah, dan demikian pun yang terjadi dengan usaha menengah, tidak mudah untuk naik kelas menjadi usaha besar.

Kesenjangan yang besar antara teori dan empiris menunjukkan banyak yang belum diketahui dengan pasti tentang ide “naik kelas” untuk UMKM. Terlebih, dalam prakteknya, terdapat unit usaha mikro yang sering berbeda karakteristiknya bahkan dengan usaha skala kecil. Dengan demikian, kajian tentang *profile* unit usaha penting untuk dilakukan, agar konsep “naik kelas” untuk UMKM dapat lebih dipahami dengan baik. *Profiling* tersebut mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi proses tumbuh, termasuk sukses tidaknya pertumbuhan atau “naik kelas”.

Tujuan

Kajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kinerja UMKM di Indonesia, dengan menggunakan data sekunder maupun informasi yang didapat dari studi lapangan yang berbentuk studi kasus. *Profiling* UMKM berdasarkan data sekunder bertujuan memberikan gambaran umum mengenai kinerja UMKM dan informasi yang memadai untuk pemilihan sektor unggulan/prioritas yang menjadi sasaran program pemerintah. Sementara, *profiling* UMKM berdasarkan studi kasus memberikan pembelajaran berbagai faktor dan mekanisme yang menunjang pertumbuhan dan daya tahan (*survival*) UMKM.

Hasil kajian diharapkan dapat memberi rekomendasi tentang penggunaan informasi dari profil UMKM yang didapat untuk penentuan sasaran dan penyempurnaan berbagai program pemerintah yang memfasilitasi pertumbuhan skala usaha UMKM.

Pemahaman UMKM “naik kelas”

Konsep UMKM “naik kelas” dapat merujuk pada literatur tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Hill (2001) menjelaskan bahwa masalah klasik UMKM di Indonesia dalam mengembangkan usahanya dapat dibagi menjadi dua, yaitu pendanaan dan pemasaran. Pemerintah sudah mencoba menyediakan program untuk menanggulangi masalah tersebut. Namun pada prakteknya, kebijakan pemerintah untuk mendorong UMKM sampai tahun 1998 dianggap tidak efektif karena kurangnya rasionalitas dalam implementasi dan cenderung tidak melihat UMKM sebagai aktor yang dapat secara progresif berpartisipasi dalam persaingan.

Masalah finansial yang dihadapi UMKM disebabkan UMKM kurang atau tidak memiliki akses terhadap perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya. Arianto (2009) menjelaskan ada beberapa faktor yang menyebabkan masalah ini, seperti: (i) UMKM dipandang kurang kredibel oleh perbankan; (ii) beberapa dari UMKM sebenarnya layak diberikan kredit, namun tidak terakses oleh bank; (iii) terjadinya informasi yang asimetris terkait jasa perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang dapat membantu UMKM; dan (iv) keterbatasan jangkauan jasa perbankan.

Transisi UMKM ke level yang lebih tinggi juga dapat terhambat karena masalah institusi yang tidak mendukung. Aidis (2005) bahwa kendala formal seperti perubahan pajak, tingkat pajak, dan ambiguitas kebijakan pajak sert masalah pendanaan, lokasi, dan kepemilikan menjadi penghambat yang signifikan dalam pertumbuhan UMKM.

Abonyi (2005) juga mengidentifikasi masalah UMKM yaitu keterbatasan akses ke pasar global dan rendahnya kapasitas untuk meningkatkan nilai tambah. Peningkatan daya saing UMKM melalui *Global Value Chain* (GVC) dapat terjadi dengan memposisikan UMKM

sebagai pemasok (*supplier*) perusahaan multinasional yang berorientasi ekspor. Produk UMKM dipakai sebagai *intermediary inputs* bagi perusahaan multinasional yang mempunyai konsumen di berbagai negara. UMKM untuk memperkuat beberapa fungsi, seperti reliabilitas, produksi yang tepat berdasarkan kebutuhan *supply*, kualitas yang spesifik, harga, waktu dan lokasi yang tepat.

Disamping GVC sebagai media bagi UMKM untuk naik kelas, kompetisi atau intensitas persaingan yang muncul dalam suatu pasar juga dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha. Inovasi dibutuhkan UMKM untuk masuk ke pasar semakin besar karena tingkat kompetisi yang semakin ketat (Riyanto, Triyono, dan Laksani, 2006). Kemampuan UMKM dalam bertumbuh sangat bergantung pada potensi untuk melakukan investasi, inovasi, dan kualifikasi. Namun kemampuan UMKM tersebut juga bergantung pada pendanaan yang memadai (Ganbold, 2008).



Faktor-faktor UMKM *upgrading* – *Onion Model* (Reeg, 2013)

Dalam hal *enterprise upgrading*, Reeg (2013) menjabarkan peran penting karakteristik internal dari pengusaha dan perusahaan, serta faktor eksternal (lihat Gambar Faktor-faktor UMKM *upgrading* – *Onion Model*), seperti jaringan (pribadi dan profesional) dan iklim usaha.

Karakteristik pengusaha yang mempengaruhi kecenderungan perusahaan untuk memperbesar skala usaha antara lain umur pengusaha, jenis kelamin, pendidikan dan pengalaman kerja, motivasi dan kemampuan mengambil risiko. Dari sisi karakteristik perusahaan terdapat usia perusahaan, lokasi, bidang usaha, formalitas, akses keuangan dan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi dan memanfaatkan pengetahuan eksternal untuk tujuan komersial.

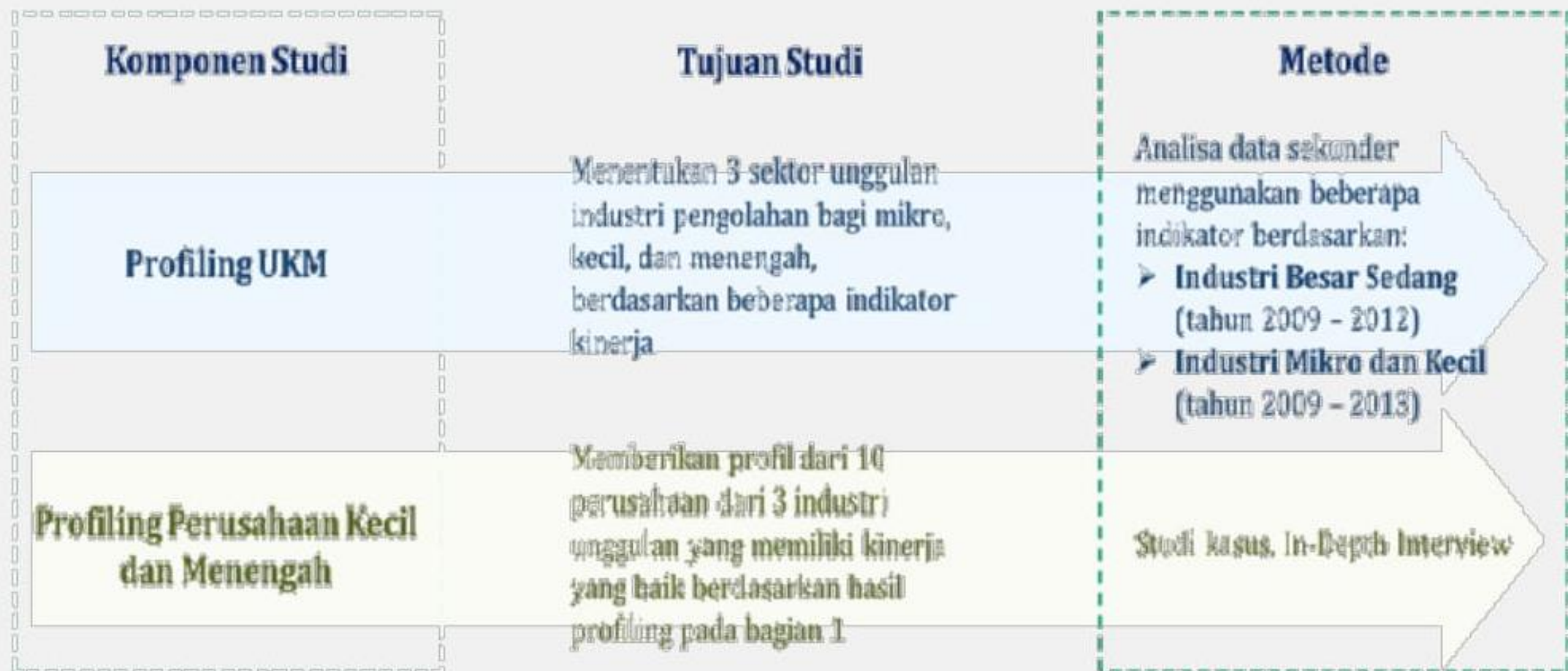
Dari sisi eksternal terdapat dua bagian besar. Pertama, jaringan pribadi atau sosial, seperti keluarga dan teman, serta jaringan profesional atau, bisnis seperti hubungan antara perusahaan dan pembeli, pemasok atau kompetitor. Jaringan profesional penting bagi perusahaan kecil dan menengah, sedangkan perusahaan mikro bergantung pada jaringan pribadi untuk memulai dan mengembangkan usaha. Jaringan antar perusahaan dan antar pribadi signifikan terhadap penciptaan dan pertumbuhan perusahaan. Kedua, adalah iklim usaha. Ada tiga aspek penting untuk iklim usaha: stabilitas ekonomi, persaingan pasar dan lingkungan bisnis regulasi. Makroekonomi, kebijakan perdagangan dan industri, peraturan pajak, dan subsidi pemerintah kepada sektor swasta dan perusahaan mikro, kecil dan menengah membentuk peluang usaha. Kualitas keseluruhan iklim usaha adalah kunci penentu kecenderungan bahwa usaha mikro dan kecil di suatu negara bisa naik kelas.

Metodologi

Pelaksanaan kajian mencakup dua tahapan. Tahap pertama adalah melakukan pengolahan data sekunder untuk memilih sektor UMKM di industri manufaktur yang berkinerja baik. Fokus di industri manufaktur ditentukan berdasarkan ketersediaan data yaitu data-data Survei Industri Menengah dan Besar yang tersedia hingga tahun 2012 serta Survei Industri Mikro dan Kecil yang tersedia hingga tahun 2013. Pemilihan sub-sektor industri manufaktur dilakukan dengan menggunakan indeks kinerja. Pembuatan indeks ini bertujuan untuk menggambarkan kinerja UMKM secara menyeluruh dan membagi perusahaan dalam kategori baru yang telah dibuat untuk setiap sektornya. Indeks disusun berdasarkan dua kriteria besar, yaitu kontribusi UMKM pada sektor (output, tenaga kerja, ekspor dan nilai tambah) dan produktivitas UMKM. Kontribusi UMKM merefleksikan bagaimana kinerja UMKM secara umum dalam perekonomian, dan bagaimana kinerja dari UMKM di sektor tersebut. Sementara itu produktivitas merefleksikan efisiensi dari UMKM dalam proses produksinya. Perhitungan indeks menggunakan bobot yang

ditentukan atas kesepakatan tim kajian dan beberapa pakar yang dilibatkan.

Indeks Kinerja UMKM



Tahap kedua yaitu pengumpulan data primer melalui wawancara/studi kasus sebagai tindak lanjut dari hasil penentuan indeks kinerja UMKM. Wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan terhadap 30 perusahaan dari sub-sektor industri manufaktur yang telah dipilih. Sub-sektor industri manufaktur yang dipilih dibagi berdasarkan indeks kinerja (hasil analisis tahap pertama) dan sesuai dengan ukuran UMKM. Terkait dengan komposisi kuesioner wawancara, pertanyaan ditujukan untuk melihat perjalanan UMKM dari awal pembentukan usaha sampai bagaimana proses sampai bertumbuh dan dapat melakukan ekspor. Pertanyaan dibagi dalam beberapa segmen, dengan fokus perkembangan dari segi produksi, inovasi, sumber daya manusia, dan distribusi perdagangan. Dari sektor yang telah terpilih, kuota responden wawancara dibagi berdasarkan tiga daerah yaitu Jawa Barat/DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Penentuan kuota responden ditentukan oleh tingkat nilai tambah dan jumlah perusahaan UMKM dimasing-masing daerah tersebut.

Selain menentukan sektor, lokasi, dan jumlah perusahaan yang disusun profilnya, ditentukan juga persyaratan khusus untuk perusahaan yang diwawancara yaitu:

1. Omzet perusahaan berada pada kisaran lebih besar dari 300 juta rupiah dan lebih kecil dari 50 milyar rupiah. Nilai ini mengacu pada UU No. 20 Tahun 2008 mengenai kriteria usaha kecil dan menengah omzet perusahaan Rp > 300 juta dan Rp < 50 miliar adalah perusahaan yang termasuk usaha kecil dan menengah (UKM).
2. Perusahaan melakukan ekspor, pernah ekspor, atau berpotensi ekspor.
3. Kepemilikan perusahaan adalah 100 persen lokal/domestik/*joint venture*.

Fokus studi kasus pada UKM diharapkan dapat memberi informasi tentang proses pertumbuhan usaha ke skala yang lebih besar. Hasil wawancara kemudian diolah untuk menemukenali berbagai pola atau tahapan yang dialami UKM di sub-sektor industri manufaktur untuk tumbuh dari awal usaha sampai dengan ekspor/ rencana ekspor. Pola yang dihasilkan tersebut diharapkan dapat memberi pembelajaran tentang tahapan dan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi UKM untuk bisa “naik kelas”.

Profiling Sub-Sektor UKM Prioritas

Berdasarkan penghitungan indeks kinerja yang telah dijelaskan di atas, UKM yang akan menjadi target studi kasus dipilih berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2 *digit*. Pemilihan sub-sektor juga didasarkan pada indeks kinerja UKM dan hasil diskusi yang melibatkan beberapa pakar. Berikut adalah daftar sub-sektor yang terpilih.

Kategori Sektor-sektor Prioritas

Prioritas 1	Prioritas 2	Prioritas 3
Mesin, peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data	Mesin dan perlengkapannya	Furnitur dan industri pengolahan lainnya
Makanan dan minuman	Tekstil	Pakaian jadi, kecuali untuk pakaian jadi berbulu
Barang galian bukan logam	Kayu, barang dari kayu (tidak termasuk furnitur)	Radio, televisi, dan peralatan komunikasi

Pengkategorian sektor-sektor di atas ke dalam tiga kelompok prioritas memiliki arti sebagai berikut. Prioritas kesatu adalah sub-sektor yang mempunyai tingkat kinerja dan pertumbuhan yang tinggi. Tingkat kinerja yang tinggi ini terdapat di dalam tiga ukuran indeks kinerja, yang berarti sektor prioritas kesatu mempunyai kinerja yang baik dalam hal produktivitas dan kontribusi secara keseluruhan, serta pertumbuhan yang tinggi. Sub-sektor di prioritas kedua mempunyai potensi pertumbuhan yang tinggi walau untuk kinerja belum terlalu unggul; sedangkan sub-sektor prioritas ketiga mempunyai keunggulan dalam hal kinerja, namun tidak diikuti dengan pertumbuhan yang tinggi.

Dari sembilan sub-sektor manufaktur yang terpilih dalam ketiga prioritas ini, sub-sektor manufaktur dalam KBLI 3 *digit* juga dipilih sesuai dengan ukuran prioritas yang sama. Satu sub-sektor prioritas ditambahkan ke dalam sektor makanan, yaitu sektor susu. Hal ini dilakukan menimbang hasil diskusi dengan pakar yang menunjukkan bahwa sub-sektor susu adalah sektor yang signifikan dalam koperasi dan industri kecil dan menengah, serta berpotensi ekspor.

Sub-sektor Prioritas

Prioritas 1:		Prioritas 2:		Prioritas 3:	
30 Mesin dan peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data		29 Mesin dan perlengkapannya		36 Furnitur dan industri pengolahan lainnya	
Prioritas 1	300 Mesin dan peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data	Prioritas 2	292 Mesin mesin untuk keperluan khusus	Prioritas 3	361 Furnitur
		Prioritas 3	291 Mesin mesin umum		
15 Makanan dan minuman		17 Tekstil		18 Pakaian jadi	
Prioritas 1	154 Makanan lainnya	Prioritas 3	171 Pemintalan, pertenenan, pengolahan akhir tekstil	Prioritas 3	181 Pakaian jadi, kecuali untuk pakaian jadi berbulu
Prioritas 2	151 Pengolahan dan pengawetan daging, ikan, buah buahan, sayuran, minyak dan lemak	Prioritas 3	173 Perajutan		
Prioritas Tambahan	Susu				
26 Barang galian bukan logam		20 Kayu, barang dari kayu (tidak termasuk furnitur), dan barang barang anyaman		32 Radio, televisi, dan peralatan komunikasi, serta perlengkapannya	
Prioritas 1	263 Pengolahan tanah liat	Prioritas 2	202 Barang barang dari kayu, dan barang	Prioritas 3	321 Tabung dan katup elektronik dan komponen elektronik lainnya
Prioritas 3	262 Barang barang dari porselin				

Sebagai catatan, walaupun sub-sektor yang terpilih mendapat nilai kinerja tinggi, akan tetapi analisis data dari setiap sub-sektor manufaktur tersebut didapat kesimpulan bahwa mayoritas unit usaha pada sektor ini adalah UKM yang memiliki kontribusi terhadap penciptaan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, ekspor, dan penciptaan *output* yang masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan usaha besar.

In-depth Interview

Wawancara melibatkan 30 UKM di tiga wilayah. Dari seluruh perusahaan yang telah diwawancara tersebut, 57 persen diantaranya merupakan UKM yang melakukan ekspor, 20 persen perusahaan pernah ekspor, dan 23 persen perusahaan lain belum pernah ekspor namun berpotensi ekspor. Kebanyakan responden memiliki usia operasional pada interval lebih besar dari 10-15 tahun dan lebih besar dari 15 tahun, dengan proporsi masing-masing sebesar 30 persen dan 50 persen.

Apabila dilihat dari komposisi bentuk usaha, sebagian besar merupakan perusahaan perseorangan, CV, dan Perseroan Terbatas (PT). Pada usaha kecil kebanyakan bentuknya adalah perusahaan perseorangan atau CV; sementara perusahaan menengah rata-rata berbentuk PT. Dalam hal kepemilikan modal, 29 perusahaan (97 persen) adalah perusahaan dengan kepemilikan 100 persen lokal, sementara 1 perusahaan (3 persen) lainnya perusahaan patungan dengan pengusaha asing. Sementara itu, dalam hal keikutsertaan dalam organisasi/asosiasi usaha atau manufaktur, 77 persen mengaku bahwa perusahaan merupakan anggota dari asosiasi/organisasi usaha atau manufaktur, sementara sisanya sebesar 23 persen bukan anggota. Menurut para pemilik usaha, mengikuti organisasi/asosiasi sangat bermanfaat karena jaringan pengusaha menjadi lebih luas, dan sirkulasi informasi menjadi lebih cepat sehingga dampaknya sangat positif dalam pengembangan perusahaan.

Model perkembangan usaha dari 30 UKM yang diwawancara dapat dijelaskan dalam tiga bagian yang terkait dengan pola pendirian

usaha, faktor-faktor penentu keberhasilan usaha, dan faktor-faktor penghambat perkembangan usaha. Dalam proses pendirian usaha, **penentuan produk** merupakan **faktor yang paling penting** yang sangat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Hasil wawancara menunjukkan bahwa **ide/rencana pendirian usaha dan penentuan produk sangat dipengaruhi** oleh empat hal yaitu **latar belakang pendidikan, pengalaman, inspirasi dari bisnis lain/riset, dan keberadaan bahan baku di lokasi usaha.**



Faktor kedua yang juga penting dalam memutuskan pendirian usaha adalah **ketersediaan modal**. Secara umum para responden menggunakan modal sendiri ketika memulai usaha. Survei yang dilaksanakan menunjukkan bahwa 85 persen dari responden menggunakan modal pribadi, namun demikian ada pula yang menggunakan bantuan sumber pendanaan lain untuk menambah modal, diantaranya pinjaman bank (9 persen), modal ventura (3 persen), dan

pinjaman dari teman (3 persen). Dalam hal **strategi pemasaran**, pada awal usaha, sekitar 53 persen responden menggunakan jaringan pertemanan untuk memasarkan produknya, 20 persen menggunakan media internet, 17 persen menggunakan pemasaran *door to door*, dan 10 persen menggunakan agen.

Disamping faktor-faktor penentu pendirian usaha, hasil wawancara juga menemu-kenali **empat faktor** yang mendukung keberhasilan UKM untuk berkembang (“naik kelas”) yaitu **karateristik pengusaha/pemilik, karakteristik usaha/produk, jaringan bisnis dan iklim usaha**. Pengalaman dan pendidikan formal pemilik usaha untuk memproduksi produk yang diterima luas di pasar berkontribusi terhadap pertumbuhan perusahaan. Motivasi dan kemauan pemilik untuk belajar, bekerja keras dan melakukan inovasi juga merupakan faktor penting. Karakteristik produk, kualitas dan inovasi produk menjadi faktor penentu kedua atas keberhasilan UKM untuk tumbuh besar. Kualitas yang tinggi dan inovasi produk akan mendorong keunggulan komparatif produk tersebut dengan produk lain sehingga mampu bertahan di pasar. Jaringan bisnis juga menentukan kesuksesan usaha. Semakin besar keterlibatan UKM dalam organisasi/asosiasi, maka peluang untuk mendapatkan informasi semakin terbuka sehingga menciptakan peluang-peluang baru bagi perkembangan usahanya. Faktor iklim usaha dalam bentuk kondisi perekonomian yang stabil dan fasilitasi pemerintah berupa bantuan pelatihan dan alat bantu produksi juga berkontribusi positif terhadap kemajuan perusahaan.

Di sisi lain, sebagian besar UKM yang diwawancara menyatakan bahwa **faktor penghambat** utama dalam pengembangan usaha yaitu **perizinan, akses pembiayaan, dan informasi dan kemampuan mengakses pasar**. Pengurusan izin dianggap sebagian responden masih sulit dan rumit. Masalah perizinan tidak hanya dikeluhkan oleh UKM yang belum memiliki izin, tetapi juga perusahaan berizin yang harus memperbaharui izin secara berkala. Dalam hal akses pembiayaan, bunga kredit bank dinilai masih sangat

tinggi. Keberadaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan bunga yang lebih rendah akan membantu usaha kecil namun tidak akan banyak manfaatnya bagi usaha menengah karena nilai KUR yang rendah. Selain faktor-faktor tersebut di atas, akses informasi dan kemampuan UKM untuk mengakses pasar masih kurang.

Menelaah tanggapan responden atas peran pemerintah, para responden mengakui bahwa peran pemerintah cukup signifikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Namun demikian hanya **16 perusahaan dari keseluruhan responden yang pernah mendapatkan bantuan pemerintah**, dimana **7 diantaranya mendapat bantuan pelatihan, 3 bantuan keuangan, 12 bantuan fasilitasi pameran/pemasaran dan 2 bantuan mesin/ perlengkapan**. Sayangnya sebagian besar pelatihan yang diterima dari pemerintah masih terbatas pada peningkatan keterampilan produksi dan kurang dalam hal manajemen usaha dan prosedur pemasaran termasuk ekspor. Banyak responden memilih agar pemerintah memberikan bantuan dalam bentuk kebijakan seperti pengurangan pajak mesin impor, kemudahan perijinan, dan bentuk kebijakan lain yang meningkatkan daya saing produk secara keseluruhan, daripada bantuan langsung berupa peralatan. Meskipun sebagian besar UKM yang diwawancara menyatakan setuju bahwa bantuan khusus berupa pendanaan dan mesin penting, namun mereka menyampaikan lebih membutuhkan fasilitasi seperti pelatihan, stabilitas makroekonomi, keterbukaan pasar, serta kebijakan di sektor hulu untuk menjamin bahan baku dapat tersedia lebih mudah dengan kualitas yang baik.

Proses UMKM untuk “naik kelas”

Dari hasil pengukuran kinerja UMKM dan wawancara/studi kasus, dapat disimpulkan bahwa secara alami UMKM akan tumbuh dari unit usaha yang berskala kecil menjadi unit usaha yang berskala lebih besar. Keberlanjutan usaha yang baru didirikan sangat ditentukan oleh karakteristik produk sehingga dapat diterima oleh pasar. Penentuan produk tersebut dipengaruhi oleh tingkat adanya ide/rencana pendirian usaha, modal dan rencana/strategi pemasaran. Untuk bisa tumbuh ke

skala yang lebih besar, kemampuan UMKM sangat dipengaruhi oleh:

1. Faktor-faktor keberhasilan: karakter pengusaha, perusahaan/ produk, jaringan bisnis, dan iklim usaha, termasuk dukungan pemerintah.
2. Faktor-faktor penghambat: prosedur dan biaya perizinan yang tinggi, suku bunga pinjaman yang tinggi, dan kurangnya informasi dan kemampuan mengakses pasar.

Hal yang menarik dari temuan kajian ini yaitu adanya konfirmasi terhadap konsep faktor-faktor yang menentukan kemampuan suatu perusahaan untuk “naik kelas” seperti konsep the Onion Model yang disusun oleh Reeg (2013), dimana karakteristik pengusaha memegang peranan penting dari kesuksesan UKM untuk berkembang lebih besar. Karakteristik pengusaha tersebut dapat diwakili oleh ide dan wawasannya tentang kebutuhan pasar sehingga pengusaha dapat menentukan produk yang dapat diterima oleh pasar dan usahanya dapat terus bertahan dan berkembang. Karakteristik pengusaha dan ditambah dengan kejelian atau respon yang tepat terhadap kebutuhan pasar juga menunjukkan ciri-ciri kewirausahaan yang tinggi. Hasil survei juga menunjukkan pentingnya jaringan bisnis dan iklim usaha. Berbagai temuan ini memberi pembelajaran tentang bentuk-bentuk fasilitasi yang dapat disediakan pemangku kepentingan untuk mendorong UMKM dapat menjalankan usahanya secara berkelanjutan dan tumbuh lebih besar.

Rekomendasi

Kajian telah memberikan pemahaman baru tentang pendekatan kebijakan yang dapat dilaksanakan untuk membantu UMKM “naik kelas”. Penyusunan kebijakan pemerintah baik di tingkat nasional maupun daerah perlu disesuaikan dengan tahapan perkembangan UMKM. Perusahaan yang baru pada tahap pendirian membutuhkan dukungan penguatan wawasan kewirausahaan (orientasi pasar) dan akses permodalan. Sementara perusahaan yang telah berkembang pada umumnya sudah mapan dalam hal permodalan, strategi pemasaran, strategi produksi, operasional usaha,

sehingga kebutuhan fasilitasi dari pemerintah dapat difokuskan pada perluasan pasar, dorongan untuk meningkatkan inovasi produk, dan jaminan ketersediaan bahan baku, disamping stabilitas perekonomian. Dalam hal perluasan pasar, pemerintah dapat memfasilitasi akses informasi pasar dan pengembangan jaringan pemasaran sehingga UMKM dapat membangun kemitraan strategis di dalam dan luar negeri. Pemerintah juga dapat menyediakan pusat inovasi dan fasilitasi pembangunan kerjasama antara riset dengan penerapannya oleh dunia usaha sehingga produk-produk UMKM dapat ditingkatkan ragam dan kualitasnya. Interaksi atau keterkaitan yang erat antara UMKM dengan lembaga riset, termasuk perguruan tinggi, merupakan model yang sudah banyak dikembangkan di negara-negara maju. Pemerintah juga perlu menjamin adanya kemudahan berusaha melalui penyederhanaan dan peningkatan efisiensi perizinan, penyediaan insentif pajak, serta peningkatan efisiensi distribusi bahan penunjang produksi.

Bagi UMKM, hasil kajian juga memberi pembelajaran tentang strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan tahap perkembangan usaha. Sebagai contoh, walaupun ekspor merupakan salah satu langkah yang dapat diambil perusahaan untuk mengembangkan usahanya, namun perusahaan yang terlalu dini menjajaki peluang ekspor tanpa mempersiapkan pengetahuan terkait pasar ekspor dan kualitas produknya kemungkinan besar akan mengalami kegagalan. UMKM juga mempertimbangkan kesiapan sumber daya manusia, kemampuan inovasi dan kemampuan untuk memanfaatkan jaringan usaha agar dapat merespon kebutuhan pasar secara tepat.

Hasil kajian juga dapat digunakan oleh pemangku kepentingan untuk mendukung upaya-upaya pemerintah dalam memfasilitasi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan. Salah satu contohnya yaitu melalui kerjasama antara usaha besar dan UMKM dalam pelatihan berbasis kompetensi, penyediaan kesempatan magang, kerjasama promosi, dan pembangunan kemitraan rantai pasok. Lembaga keuangan juga dapat meningkatkan keragaman skema layanan keuangan dan pembiayaan yang dapat memenuhi kebutuhan UMKM sesuai tahap perkembangannya.

Izin Usaha Mikro Kecil



Upaya perlindungan usaha mikro dan kecil (UMK) dilakukan melalui perizinan yang sederhana dan mudah. Sebagai tindak lanjut dari Perpres No 98 Tahun 2014, Menteri Dalam Negeri, Menteri Perdagangan, Menteri Koperasi dan UKM berkomitmen untuk memberikan kapastian perizinan kepada usaha mikro dan kecil sebagai bentuk penguatan kelembagaan usaha mikro dan kecil melalui IUMK.

IUMK diberikan dalam bentuk satu lembar kartu dan tanpa biaya. Manfaat IUMK yaitu memberikan kepastian hukum, sebagai sarana pemberdayaan UMK, dan memperluas akses kelembagaan, pembiayaan dan kemitraan. Perkembangan *database* IUMK sampai dengan bulan agustus di tahun 2016 menunjukkan sudah diterbitkan 196.393 IUMK, sejalan dengan diterbitkannya Perbup/Perwali sebanyak 58 peraturan, atau 11.3 % dari jumlah Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia.

Prosedur pemberian IUMK secara singkat adalah; (1) Penerbitan peraturan Bupati/Walikota untuk pendelegasian kewenangan kepada camat/lurah; (2) Camat/Lurah menerbitkan Naskah IUMK; (3) Naskah IUMK diterbitkan 1 lembar dan paling lambat satu hari kerja, dan (4) Data IUMK di input ke aplikasi *database*.

Ruang Lingkup IUMK

- I. Pengaturan pemberian IUMK bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil;**
- II. Diberikan kepada Pelaku Usaha Mikro dan Kecil sesuai persyaratan yang ditetapkan oleh Pemerintah Kab/Kota dengan berpedoman dengan Permendagri No. 83 Tahun 2014;**
- III. Diberikan dalam bentuk naskah satu lembar;**
- IV. Tidak dikenakan biaya, retribusi dan/atau pungutan lainnya.**



1. Pendataan

Camat melakukan pendataan dan menetapkan lokasi terhadap PUMK di wilayahnya melalui lurah/kepala

- a. identitas pelaku usaha mikro dan kecil;
- b. lokasi pelaku usaha mikro dan kecil yang berada di wilayah kecamatan;
- c. jenis tempat usaha;
- d. bidang usaha;
- e. besarnya modal usaha.

Penetapan lokasi, memperhatikan Kepentingan umum, sosial, budaya, estetika, ekonomi, keamanan, ketertibn, kesehatan, kebersihan lingkungan dan sesuai dengan peraturan daerah

2. Pendaftaran

- a. PUMK melakukan pendaftaran IUMK kepada Camat dengan melengkapi dan menyampaikan berkas.
- b. Tata cara pendaftaran IUMK:
 - 1. permohonan IUMK;
 - 2. pemeriksaan IUMK;
 - 3. pemberian IUMK; dan
 - 4. pencabutan dan tidak berlakunya IUMK.
 - 5. besarnya modal usaha.

3. MONEV dan Pelaporan

- a. Gubernur melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK di kabupaten/kota di wilayahnya.
- b. Bupati/Walikota melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK di wilayahnya.
- c. Camat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK oleh Lurah/Kepala Desa.
- d. Monitoring dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) dilaksanakan paling sedikit 2 (dua) kali dalam setahun dan/atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.

4. Pembinaan dan Pengawasan

- a. Gubernur melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK di kabupaten/kota di wilayahnya.
- b. Bupati/Walikota melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK di wilayahnya.
- c. Camat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pemberian IUMK oleh Lurah/Kepala Desa.
- d. Monitoring dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) dilaksanakan paling sedikit 2 (dua) kali dalam setahun dan/atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.

5. Pendanaan

Biaya pelaksanaan pemberian IUMK bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Koperasi dan UMKM



Visi

“Menjadi Pusat Layanan Terpadu utama yang memungkinkan Koperasi dan UMKM dalam mengembangkan potensi unggulan daerahnya.”

Misi

1. **Centre for problem solving.** Menjadi pendamping dan pembina yang dapat memberikan solusi permasalahan pada koperasi dan pengusaha mikro, kecil dan menengah.
2. **Centre of referral.** Menjadi mediator dan sumber informasi yang dapat memberikan rujukan yang tepat pada koperasi dan pengusaha mikro, kecil dan menengah untuk mendapatkan solusi yang spesifik.
3. **Centre for best practice.** Menjadi etalase dan sumber inspirasi yang dapat menghadirkan praktik terbaik dari pengembangan koperasi dan pengusaha mikro, kecil dan menengah.

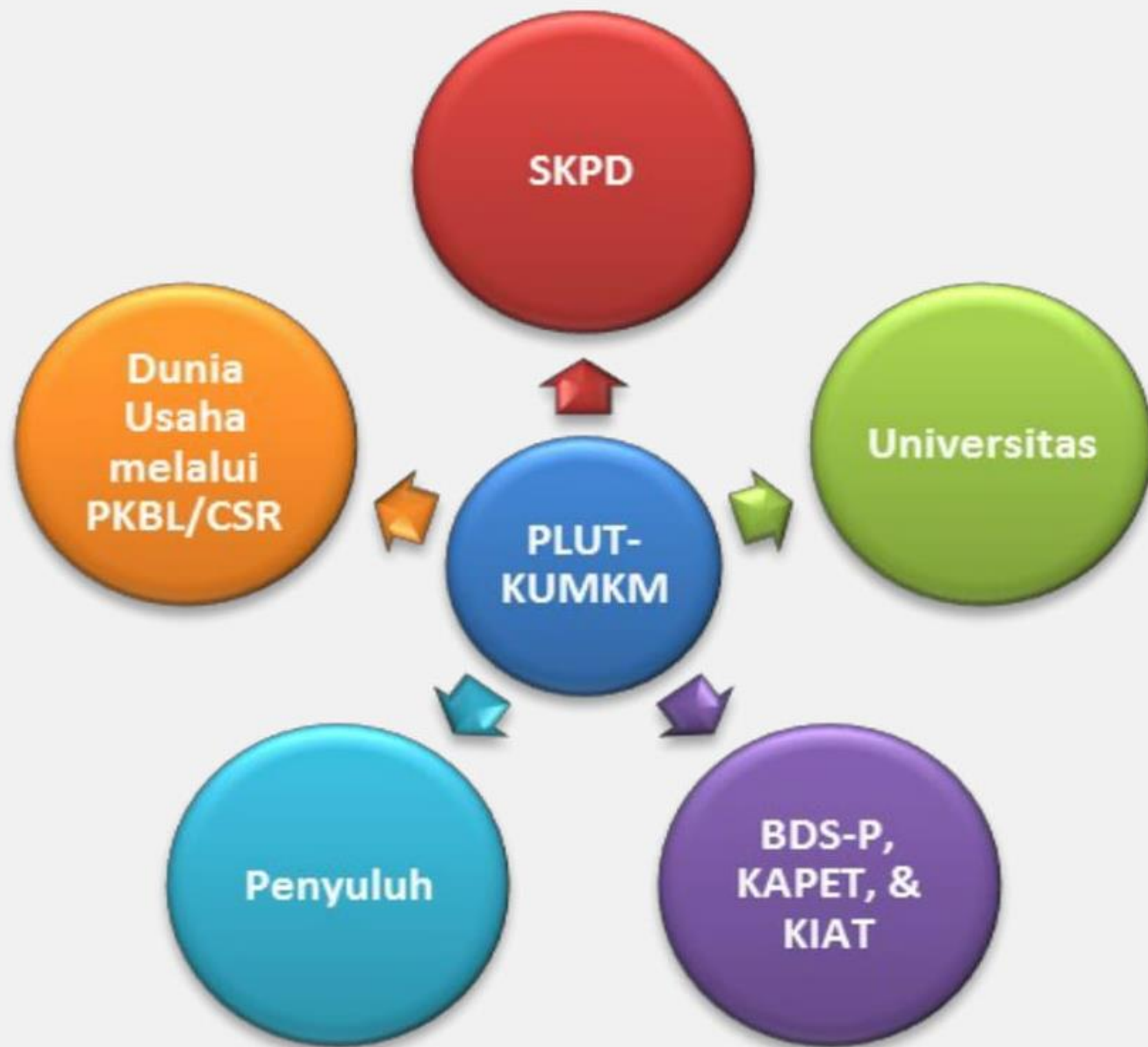
7 Layanan PLUT

1. Konsultasi Bisnis KUMKM
2. Pendampingan atau Mentor Bisnis
3. Promosi dan pemasaran
4. Akses Pembiayaan
5. Pelatihan Bisnis
6. Networking /Jaringan
7. Layanan Pustaka Entrepreneur



ESENSI PLUT-KUMKM

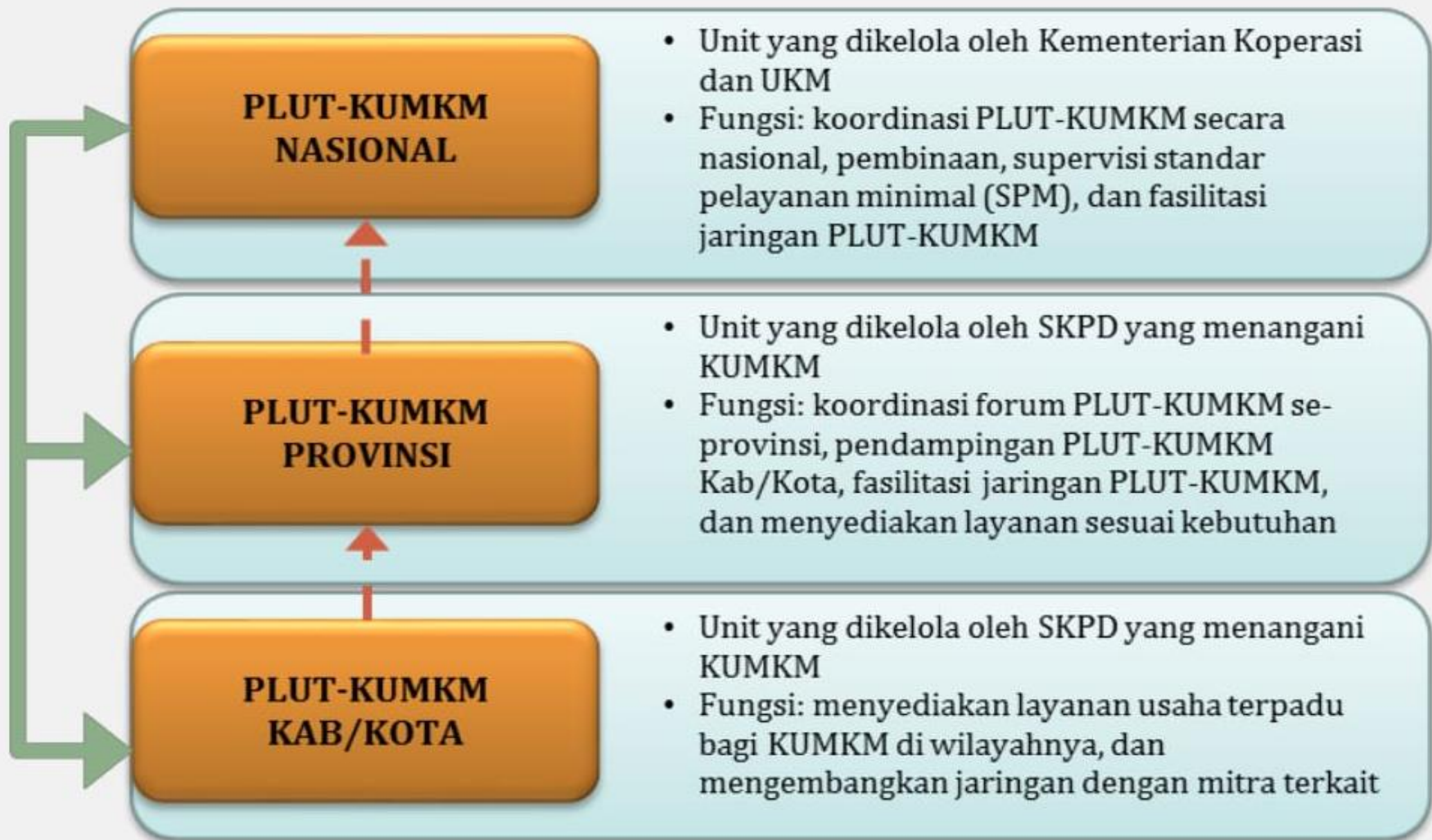
1. Sebagai lembaga mediasi bagi pengembangan UMKM dan Koperasi yang mencakup peningkatan (1) kinerja produksi, (2) kinerja pemasaran, (3) akses ke pembiayaan, (4) pengembangan SDM melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan, teknis dan manajerial, serta (5) kinerja kelembagaan dalam rangka meningkatkan daya saing KUMKM.
2. Mendorong peningkatan kapasitas dan kemandirian UMKM melalui penyediaan jasa non-finansial yang menyeluruh, terintegrasi, dan bersifat stimulus.
3. Sasaran PLUT-KUMKM mencakup:
 - Meningkatnya potensi unggulan daerah yang dikembangkan oleh UMKM dan Koperasi;
 - Meningkatnya produktivitas, nilai tambah, kualitas kerja, dan daya saing UMKM dan Koperasi;
 - Menguatnya jaringan layanan usaha yang dikembangkan bersama dengan lembaga kemitraan setempat.



PERAN PLUT-KUMKM

- “Hub” dan perantara (*intermediary*) bagi berbagai layanan pendampingan bagi Koperasi dan UMKM di daerah.
- Mitra pelaksana program dan kegiatan pendampingan yang disediakan Pemerintah Pusat dan Daerah, BUMN, Perusahaan Swasta dan Universitas.
- Induk dari penyuluh perkoperasian.
- PLUT-KUMKM dan *Business Development Service Provider* (BDS-P) swasta dapat bersinergi, khususnya dalam meningkatkan jangkauan layanan pendampingan bagi individu KUMKM.

PENJENJANGAN PLUT-KUMKM



LOKASI PLUT-KUMKM

PETA SEBARAN PLUT-KUMKM TAHUN 2015



PLUT-KUMKM Provinsi D.I. Yogyakarta



PLUT Provinsi DIY merupakan salah satu PLUT yang terbaik saat ini. Dalam melakukan pelayanan, PLUT ini bekerjasama dengan berbagai Lembaga Pengembangan Bisnis (*Business Development Service Provider/BDS-P*). PLUT KUMKM DIY memiliki kegiatan rutin Kelas Bisnis Selasa Pagi yaitu pelatihan kepada wirausaha baru dan calon wirausaha. PLUT KUMKM DIY juga melaksanakan kegiatan bimbingan teknis dan pendampingan teknologi tepat guna, serta *one day one article* yang

disusun konsultan PLUT untuk dipublikasikan pada website PLUT DIY.

PLUT-KUMKM DIY telah memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP). Saat KUMKM datang pertama kali ke PLUT, mereka terlebih dahulu diminta mengisi formulir data. Kemudian konsultan PLUT melakukan diagnosa awal terhadap permasalahan KUMKM. Setelah itu, dilakukan pendampingan atau *mentoring* apabila diperlukan. Setiap KUMKM yang datang memiliki rekam konsultasi, sehingga dapat diketahui daftar masalah yang pernah mereka hadapi dan kemajuan penyelesaiannya. Bila terdapat permasalahan yang tidak dapat diselesaikan oleh konsultan PLUT, maka konsultan PLUT dapat menjadi mediator dalam memfasilitasi pertemuan antara KUMKM yang bermasalah dengan pihak yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Selain itu, PLUT DIY telah memiliki kerjasama dengan *Coca-cola Foundation* untuk pendampingan pemberdayaan regional di Wonogiri dan Gunung Kidul.

PLUT DIY melakukan promosi dan publikasi layanan yang dimiliki melalui *roadshow* ke beberapa SKPD terkait dan juga publikasi melalui *website*. Tidak sedikit KUMKM yang datang ke PLUT atas dasar rujukan dari SKPD, di luar Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Provinsi DIY.

PLUT-KUMKM Kota Batu

Dokumentasi Kegiatan



Newspaper



PLUT Kota Batu diresmikan pada tanggal 27 Juni 2014 sebagai sarana pemberdayaan koperasi dan UMKM untuk mandiri dan berdaya saing. Beberapa jenis layanan PLUT yaitu konsultasi dan pendampingan yang terintegrasi di level Kota Batu.

Jumlah Koperasi dan UMKM yang telah mengakses PLUT yaitu 1025 unit atau sekitar 7 dari KUMKM di Kota Batu. Evaluasi terhadap kinerja PLUT Kota Batu dilakukan tiap tahun dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan pelayanan, target dan realisasi. Layanan yang diberikan ditahun 2015 tercapai 80 persen, yang mencakup 401 jenis pelayanan. Masalah pemasaran merupakan hal yang paling banyak dikonsultasikan KUMKM di PLUT Kota Batu.

Selain layanan konsultasi dan pendampingan, PLUT Kota Batu juga memprioritaskan pengembangan

wirausaha baru, misalnya melalui kegiatan “Aku Cinta Batu” yang melibatkan 189 peserta untuk mengikuti bimbingan wirausaha. PLUT Kota Batu hingga saat ini telah bekerja sama dengan Asosiasi Pengusaha Kota Batu, PT Telkom melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR), hingga media massa (Radar Batu) yang berperan mempopulerkan berita terkait KUMKM.

Expert Pool Koperasi dan UMKM

Expert Pool merupakan sebuah basis data mengenai tenaga ahli, konsultan, dan pendamping di bidang UMKM dan koperasi yang dapat menjadi mitra pemerintah dalam menyiapkan rancangan kebijakan dan program, serta melaksanakan kebijakan dan program yang membutuhkan dukungan tenaga ahli (peneliti, konsultan, dan pendamping). Hasil

yang diharapkan dari terbentuknya *Expert Pool* adalah :

1. Adanya peningkatan kerja sama antara pemerintah (pusat dan daerah) dengan tenaga ahli individu yang berasal dari dunia usaha (praktisi) dalam meningkatkan kualitas perencanaan dan pelaksanaan kebijakan dan program pengembangan UMKM dan koperasi.
2. Adanya kesempatan bagi jasa penelitian, konsultasi, dan pendampingan yang berkualitas untuk :
 - Saling bertukar pengetahuan dan pengalaman dalam rangka memperkaya *knowledge pool* dan analisis di bidang UMKM dan koperasi
 - Mengembangkan jaringan dan kerjasama di antara mereka.
 - Berkontribusi dalam pengembangan UMKM dan koperasi di wilayahnya.
3. Optimalisasi dialog antara pemerintah, dunia usaha, perguruan tinggi, dan masyarakat tentang pembelajaran dari kesuksesan penelitian, konsultasi dan pendampingan UMKM dan koperasi di suatu wilayah dan/atau waktu tertentu untuk direplikasi, menjadi rujukan, dan disempurnakan/dikembangkan lebih lanjut.

Keberadaan *expert pool* juga diharapkan dapat memperkuat layanan PLUT, inkubator, dan lembaga kemasyarakatan yang terlibat dalam pengembangan UMKM dan koperasi.

Expert pool Koperasi dan UMKM dapat diakses di www.expertpool-kukm.org

Kerangka Dasar Konsep Expert Pool



Sumber : Kementerian KUKM



PAKET KEBIJAKAN EKONOMI TERKAIT UMKM DAN KOPERASI

PENYEMPURNAAN KEBIJAKAN KUR



PAKET 3



- Pemerintah menurunkan bunga Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari sekitar 22% menjadi 12%
- Para keluarga berpenghasilan tetap, dipertegas dapat menerima KUR untuk sektor usaha produktif
- Bank penyalur KUR didorong meningkatkan peserta KUR sekaligus mendorong tumbuhnya wirausahawan baru

PAKET 4



- Kebijakan KUR yang lebih murah dan meluas
- Tingkat suku bunga diturunkan dari sekitar 22% menjadi 12%
 - Memperluas cakupan penerima KUR perorangan dan badan usaha. Penerima KUR adalah individu/perseorangan atau badan hukum yang meliputi UMKM yang produktif, calon TKI, keluarga TKI, dan purna TKI
 - Permenko 6/2015 tentang usaha produktif penerima KUR akan diubah, meliputi sektor pertanian, perikanan, industri pengolahan, perdagangan, dan jasa-jasa.

PAKET 11



- Stimulus Meningkatkan Daya Saing Ekspor UMKM
- Menyediakan fasilitas pembiayaan ekspor lengkap dan terpadu
 - Menetapkan tingkat suku bunga sebesar 9%
 - Menetapkan batas maksimal pembiayaan: KUR Berorientasi Ekspor (KURBE) Mikro max Rp5 miliar, KURBE Kecil max Rp25 miliar dan KURBE Menengah max Rp 50 miliar
 - Jangka waktu KURBE 3 tahun untuk Kredit Modal Kerja Ekspor (KMKE) atau 5 tahun untuk Kredit Investasi Ekspor (KIE)

PERLUASAN AKSES PEMBIAYAAN

PAKET 7



UMKM dan PKL mudah mensertifikasi bidang tanahnya untuk keluasan akses pembiayaan

- Outlet pelayanan sertifikasi semakin banyak
- Pelayanan khusus pada area *car free day*
- Biaya sertifikasi gratis bagi yang memiliki Kartu Keluarga Sejahtera (KKS) dari Kemensos

PERBAIKAN EKOSISTEM USAHA

PAKET 9



Pembenahan sektor logistik untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan pembangunan konektivitas ekonomi desa-kota, yang salah satunya melalui pengembangan UKM oleh BUMN untuk menghadapi MEA

PAKET 10



Daftar Negatif Investasi (DNI) yaitu Daftar Bidang Usaha yang tertutup dan Bidang Usaha yang terbuka dengan persyaratan di bidang penanaman modal

- Melindungi UMKM dan Koperasi
- Memperkuat usaha kecil untuk berkompetisi
- Memotong mata rantai pemusatan ekonomi pada kelompok tertentu

PAKET 12



“Prosedur usaha cepat, modal awal UMKM bebas”

- Pemotongan prosedur memulai usaha dari 13 prosedur (47 hari dan biaya Rp 6.8-7.8 juta) menjadi 7 prosedur (10 hari dan biaya Rp 2,7 juta)
- Izin UMKM cukup SIUP, tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Akta Pendirian
- Sebelumnya modal awal UMKM Rp 50 juta, kini berdasarkan kesepakatan para pendiri (PP No.7 tahun 2016)

Penyusunan Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Pengembangan Kewirausahaan

Berbagai pihak, baik pemerintah maupun swasta, semakin sadar mengenai pentingnya penumbuhan kewirausahaan di masyarakat. Penumbuhan potensi usaha lokal menjadi isu yang penting untuk penguatan ekonomi nasional. Pemerintah telah mencanangkan target penumbuhan 1 juta wirausaha baru untuk periode pembangunan tahun 2015-2019. Berbagai Kementerian dan Lembaga, serta Pemda diharapkan dapat mewujudkan target ini melalui berbagai kegiatan pengembangan kewirausahaan. Namun, saat ini belum ada standar yang jelas untuk mendefinisikan kewirausahaan dan aktivitas pengembangannya. Sebagai contoh definisi atau kriteria mengenai wirausaha baru yang dikembangkan oleh satu institusi belum tentu sama dengan kriteria dari institusi lain. Oleh karena itu, Bappenas bekerjasama dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menyusun satu panduan (Norma, Standar, Prosedur dan kriteria/NSPK) yang diharapkan dapat digunakan oleh berbagai pihak dalam melakukan kegiatan pengembangan kewirausahaan.

NSPK Pengembangan Kewirausahaan akan memuat definisi, norma, standar, prosedur, kriteria serta bisnis proses pengembangan kewirausahaan. Penyusunan NSPK ini didahului dengan kajian teoritis dari berbagai sumber dan dilengkapi dengan kajian empiris berdasarkan data *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, *Global Competitiveness Index* dari *World Economic Forum (WEF)*, *Ease of Doing Business*, maupun berbagai data pendukung lain. Penyusunan melibatkan berbagai instansi pemerintah pusat yang memiliki kegiatan pengembangan kewirausahaan. Selain itu, uji petik NSPK dilakukan di daerah untuk mendapatkan masukan berdasarkan praktik sukses pengembangan kewirausahaan di daerah. NSPK ini diharapkan diselesaikan pada September 2016.

Pelatihan Pertanian Swadaya Masyarakat oleh Koperasi Puan Ariya

Pembinaan petani tidak saja dilakukan melalui bantuan pendampingan pemerintah. Program Pengembangan P4S (Pusat Pelatihan dan Perdesaan Swadaya) yang dilaksanakan oleh Kementerian Pertanian berupaya untuk mengembangkan potensi koperasi-koperasi agar dapat berperan aktif dalam pengembangan pertanian berbasis swadaya masyarakat. Pembinaan P4S dimaksudkan sebagai upaya meningkatkan kapasitas dalam menyelenggarakan dan melaksanakan pelatihan atau pemagangan bagi petani dan masyarakat perdesaan. Pembinaan P4S antara lain dilakukan melalui bimbingan pelatihan dari aspek kelembagaan, sarana prasarana, ketenagakerjaan, pelatihan teknis dan pemagangan, pengembangan usaha, serta pengembangan jejaring kerja. Harapannya, P4S mampu menjadi pusat pelatihan pertanian yang berkualitas dengan berbasiskan swadaya masyarakat.

Koperasi Puan Ariya merupakan salah satu koperasi yang pernah mendapatkan pelatihan P4S. Setelah pelatihan Koperasi ini membentuk unit usaha P4S. Melalui unit usaha ini, Koperasi Puan Ariya berperan secara aktif dalam pembangunan pertanian lewat pelatihan teknis dan pemagangan untuk para petani di kawasan Kabupaten Gunung Kidul dan sekitarnya. Koperasi Puan Ariya didirikan pada tahun 2007 di Desa Ngawu, Kabupaten Gunung Kidul. Pendirian koperasi ini bertujuan untuk mengatasi masalah masyarakat terkait rendahnya pendapatan dan kesejahteraan, terutama karena belum optimalnya produksi dan pemasaran hasil pertanian. Awalnya, anggota koperasi hanya berjumlah 20 orang yang terdiri dari ibu-ibu warga Kecamatan Playen. Saat ini, jumlah anggota meningkat menjadi 25 orang dan juga terdapat 15 orang calon anggota.

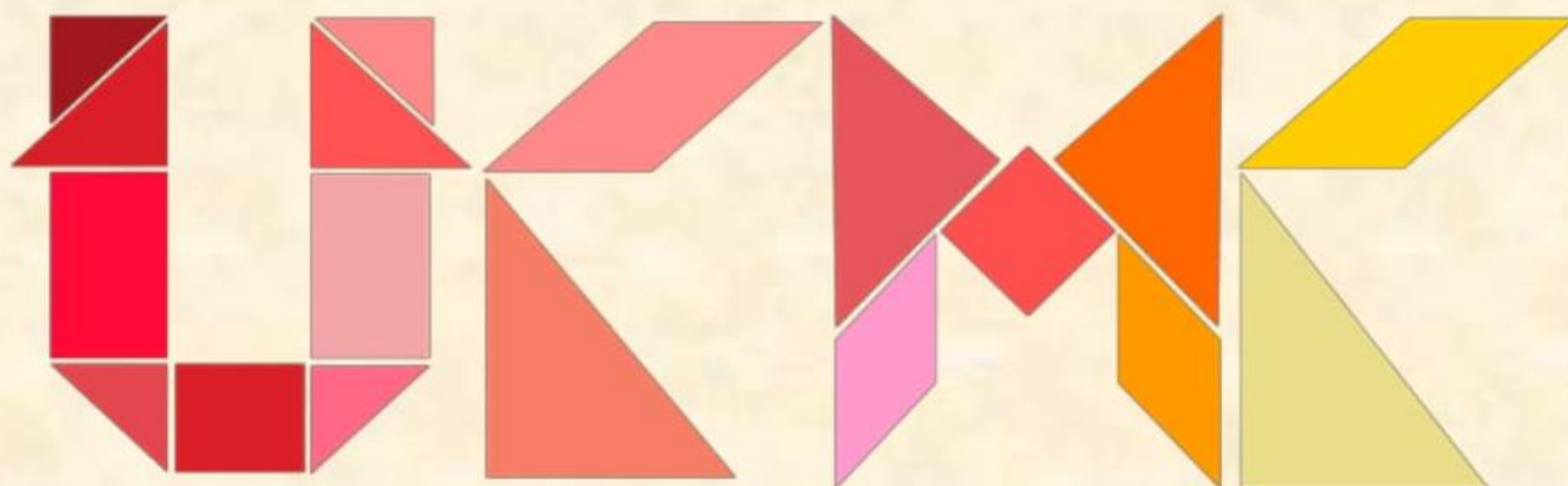
Kegiatan usaha utama Koperasi Puan Ariya adalah produksi tepung Mocaf dengan mempekerjakan 2 orang tenaga kerja tetap dan 3 orang tenaga kerja tidak tetap. Dukungan untuk produksi diberikan oleh

Kementerian Koperasi dan UKM berupa teknologi tepat guna dalam pengelolaan dan penggilingan bahan baku singkong menjadi Mocaf. Kini, Koperasi Puan Ariya, melalui unit usaha P4S, juga ikut terlibat sebagai instruktur dalam bimbingan teknis pengolahan Mocaf bagi usaha mikro dan koperasi yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM.



Daftar Pustaka Kajian

Abonyi, G. (2005). Transformation of Global Production, Trade and Investment: Global Value Chains and International Production Networks. In *Expert Group Meeting on SMEs' Participation in Global and Regional Supply Chains, UNESCAP, Bangkok, November*; Aidis, R. (2005). Institutional Barriers to Small- and Medium-Sized Enterprise Operations in Transition Countries. *Small Business Economics*, 305-318; Ganbold, B. (2008). *Improving access to finance for SME: International good experiences and lessons for Mongolia* (Vol. 438). Institute of Developing Economies; Hill, H. (2001). Small and Medium Enterprises in Indonesia: Old Policy Challenges for a New Administration. *Asian Survey*, Vol. 41, No. 2, 248-270; Reeg, C. (2013). Micro, small and medium enterprise upgrading in India: learning from success cases., Bonn: DIE (Studies 78); Rianto, Y., & Triyono, B. dan Laksani, CS (2006). *Studi faktor-faktor determinan kemampuan inovasi UKM*.



DIREKTORAT PENGEMBANGAN UKM DAN KOPERASI

**DIREKTORAT PENGEMBANGAN UKM DAN KOPERASI
KEMENTERIAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL/
BAPPENAS**

Gedung Madiun Lt. 6
Jalan Taman Suropati No. 2
Jakarta 10310

Telp: (+62 21) 31934511
Email: pkukm@bappenas.go.id

ISSN 2338-3747

