

**\*Paradigma Pengembangan Manajemen Usaha Mikro, Kecil,  
Menengah (UMKM)  
\*\*I Gede Putu Kawiana**

**1. Pendahuluan**

**1.1 Latar Belakang**

Laju pertumbuhan ekonomi Bali saat ini masih sangat dipengaruhi pertumbuhan yang terjadi di sektor-sektor yang berkaitan dengan pariwisata yaitu sektor perdagangan, hotel dan restaurant (PHR), sektor jasa, sektor pengangkutan dan komunikasi. Hal tersebut karena begitu besarnya dampak dari pengeluaran wisatawan terhadap perekonomian Bali baik secara langsung maupun tak langsung (Laporan BI wilayah Bali, Nusra, 2012)

Tidak dapat dipungkiri sektor pariwisata telah menjadi lokomotif bagi kegiatan usaha lainnya khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dalam perkembangan selanjutnya UMKM sering dihadapkan pada masalah klasik yaitu keterbatasan akan sumber dana dan keterbatasan terhadap sumber daya manusia yang terampil di dalam pengembangan usahanya atau masih lemahnya manajemen UMKM.(Pratiknyo, 2006)

Hal ini ditunjukkan oleh perannya dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB), dan ekspor. Krisis ekonomi yang terjadi pada semester kedua tahun 1997 serta krisis global tahun 2008 membuktikan bahwa UMKM memiliki daya tahan yang kuat terhadap pengaruh faktor eksternal. Oleh karena itu, pengembangan UMKM untuk memacu pertumbuhan sektor riil sangat tepat.

UMKM yang dimaksud adalah sesuai dengan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yaitu usaha dengan kepemilikan kekayaan paling besar Rp 200 juta dan memiliki omzet tahunan paling banyak Rp 1 milyar, sedangkan usaha menengah, sesuai Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah adalah usaha yang mempunyai kekayaan lebih besar dari Rp 200 juta sampai Rp 10 milyar. Selanjutnya dalam penjelasan undang-undang

tersebut disebutkan bahwa usaha kecil yang dimaksud meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal adalah usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedang yang dimaksud dengan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan/atau berkaitan dengan seni dan budaya.

UMKM memiliki potensi besar tetapi di dalam pengembangannya masih menghadapi banyak persoalan. Pemecahan terhadap persoalan-persoalan yang dihadapi UMKM memerlukan kerja sama banyak pihak, seperti pelaku UMKM itu sendiri, pemerintah, sektor swasta, lembaga-lembaga keuangan maupun non-keuangan, lembaga pendidikan, bahkan lembaga-lembaga sosial yang seringkali memberikan bantuan kepada UMKM. Masalah lain dibalik persoalan-persoalan yang dihadapi UMKM adalah perbedaan paradigma dari berbagai lembaga dalam memandang persoalan-persoalan tersebut. Misalnya, ada paradigma bahwa UMKM tidak mampu mengubah dirinya sehingga perlu bantuan dari pihak luar. Sebaliknya ada pandangan bahwa yang seharusnya melakukan perubahan untuk mengembangkan UMKM adalah pengusaha itu sendiri. Oleh karena itu, solusi yang dikemukakan untuk mengembangkan UMKM juga seringkali berbeda-beda.

Di dalam upaya pengembangan UMKM perlu disadari bahwa UMKM bervariasi jika dilihat dari kemampuannya untuk berkembang. Sesuai dengan batasannya, UMKM meliputi usaha kecil informal yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, serta usaha kecil tradisional. Heterogenitas UMKM memungkinkan sebagian memiliki akses terhadap sumber daya yang lebih baik dibanding UMKM lainnya. Sebagai contoh, usaha kecil yang berorientasi ekspor memiliki akses informasi dan komunikasi yang lebih baik dari usaha perdagangan kecil keliling. Pengembangan UMKM akan lebih efektif dan efisien jika

sasarannya jelas berdasarkan tingkat kemampuan masing-masing kelompok UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, paradigma pengembangan manajemen UMKM untuk memacu pertumbuhan sektor riil dengan fokus pada peran *entrepreneur* dan pemerintah daerah. Dua pelaku ini dipandang memiliki peran yang strategis. *Entrepreneur* sebagai pelaku utama pengembangan UMKM sedangkan Pemerintah Daerah berperan besar di dalam penciptaan iklim usaha dan investasi sejalan dengan otonomi daerah dan dalam aspek-aspek tertentu berperan sebagai fasilitator. Paradigma manajemen yang dikemukakan didasarkan pada permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM yang merupakan perpaduan antara kajian teoritis dan studi-studi empiris baik yang bersifat makro maupun mikro.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka yang menjadi rumusan masalah dalam paper ini adalah : Bagaimanakah paradigma pengembangan manajemen UMKM untuk memacu pertumbuhan sektor riil dengan fokus pada peran *entrepreneur* dan pemerintah?

## 1.3 Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui paradigma pengembangan manajemen UMKM untuk memacu pertumbuhan sektor riil dengan fokus pada peran *entrepreneur* dan pemerintah

## 1.4 Metode Penulisan

Penulisan paper ini bersifat deskriptif, berdasarkan kajian pustaka yang memuat permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM yang merupakan perpaduan antara kajian teoritis dan studi-studi empiris baik yang bersifat makro maupun mikro.

## 2. Data dan Pembahasan

### 2.1 Data

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dapat ditinjau dari empat aspek berikut ini. :

- UMKM merupakan bagian terbesar dari seluruh unit usaha yang ada di Indonesia. Pada awal krisis, jumlah UMKM di Indonesia tercatat sekitar 30 juta unit. Jumlah ini pada tahun 1999 meningkat menjadi 37,9 juta dan pada tahun 2003 telah meningkat menjadi 42,4 juta unit (BPS, 2002; Departemen Koperasi, 2005). Peningkatan UMKM dari segi kuantitas ini terus berlanjut, bahkan pada pertengahan 2004 saja sudah mencapai 44 juta unit usaha.
- UMKM juga berperan besar dalam hal penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 1999, UMKM ternyata mampu menyerap tenaga kerja yang berjumlah sekitar 67,2 juta orang. Penyerapan tenaga kerja ini terus meningkat untuk tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2003, UMKM telah mampu menyerap tenaga kerja sekitar 79 juta orang yang merupakan sekitar 99,5% dari total penyerapan tenaga kerja untuk semua usaha yang ada di Indonesia.
- UMKM memberi kontribusi yang cukup besar terhadap produk domestik bruto (PDB). Pada tahun 1999 nilai PDB UMKM mencapai sekitar Rp 219,8 triliun sehingga memberi kontribusi sebesar 57,9% terhadap PDB. Nilai tersebut terus meningkat menjadi sekitar Rp 259,1 triliun pada tahun 2003 sehingga mampu memberi kontribusi sebesar 58,3% terhadap PDB. Data dari Departemen Koperasi (2005) menunjukkan bahwa perkembangan nilai PDB UMKM lebih tinggi (17,90%) dibanding usaha besar(16,14%).

- Peran UMKM dalam perekonomian nasional juga dicerminkan melalui kontribusinya terhadap ekspor yang cukup besar, mencapai 70 persen dari total ekspor Indonesia.

Dalam *Republika online* (Selasa, 04 Juli 2013 : 13:32) juga disebutkan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi 97% terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan tingginya kontribusi UMKM terhadap kondisi perekonomian tanah air

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Syarifuddin Hasan, mengatakan jumlah UKM di Indonesia mencapai sekitar 56,5 juta, 99,8% nya adalah UMKM. Jumlah tersebut meningkat dari tahun ke tahun seiring pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kontribusi koperasi dan UMKM terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia adalah 56%. Dengan pemberdayaan koperasi dan UMKM ekonomi Indonesia akan semakin baik dan tumbuh. Jumlah UKM di Indonesia setiap tahun terus meningkat dengan rata-rata tumbuh 7% sampai dengan 8%

Berdasarkan data baik jumlah UMKM maupun pertumbuhannya serta kontribusinya terhadap perekonomian nasional, maka sudah seyakinya persoalan-persoalan yang dihadapi oleh UMKM harus mendapat pemecahan secara optimal.

## **2.2 Pembahasan**

### **2.2.1 Pentingnya Manajemen bagi UMKM**

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM antara lain dari sisi manajemen usaha. Manajemen yang diartikan mencapai sasaran bersama dan melalui orang lain, oleh pengusaha kecil umumnya kurang diterapkan, karena semua hal dikerjakan sendiri. Karena itulah sebaiknya untuk bisa berkembang pelaku usaha kecil harus mulai bisa mendelegasikan sebagian aspek manajemen usahanya ke pihak lain sehingga mereka bisa memikirkan ke arah pengembangan usaha.

Supaya pendelegasian berjalan baik diperlukan penyusunan sistem seperti halnya yang terdapat pada usaha dengan sistem waralaba. Kalau seseorang wirausaha bisa membuat sistem seperti sistem waralaba maka usaha itu sudah mulai maju, sehingga bisa mengembangkan cabangnya dengan sistem tersebut. Pendelegasian sebagian aspek manajemen ke orang lain itu sendiri bisa mulai dilakukan bila kondisi usahanya sudah mulai rutin, dan bila wirausaha itu ingin membuka cabang di tempat lain.

Aspek manajemen berupa manajemen produksi, pemasaran, keuangan dan SDM. Dari manajemen produksi ada hambatan pengetahuan, hambatan untuk pemasaran ekspor berupa kualitas karena membuat produk yang homogen itu tidak mudah. Maka sebaiknya produk yang diekspor pengusaha kecil itu bukan produk yang mengarah ke produk yang menekankan sisi homogen, tetapi produk-produk seni seperti *handicraft*. Biaya produk yang homogen dikerjakan oleh pabrikan. Manajemen produksi itu terkait masalah kualitas. Jadi produk usaha kecil juga perlu ada standarisasi. Dengan adanya standarisasi membuat mutu produk akan meningkat.

Aspek pemasaran disesuaikan dengan *segmen market*. Kendala lain yang dihadapi pelaku UMKM adalah aspek manajemen keuangan. Manajemen keuangan perusahaan besar tidak cocok diterapkan di perusahaan kecil, sehingga tidak bisa disamakan. Kalau *turn-over*-nya harian dan penjualan dilakukan secara kas, maka sebaiknya pembelian juga secara kas. Jadi sebaiknya kalau mau meningkatkan penjualan dilakukan secara kas dan sebaiknya menyisihkan laba untuk melakukan pembelian lagi, karena manajemen piutang itu tidak mudah, perlu mengatur waktu kapan jatuh tempo dan jumlahnya. Jadi dilakukan secara konservatif, karena usaha kecil bila menanggung risiko sedikit bisa terguncang.

Manajemen SDM juga perlu diperhatikan, misalnya dari tingkat pendidikan karyawan, wirausaha harus mengembangkan diri secara terus-menerus dengan mengikuti pelatihan sebagai investasi jangka panjang.

Pelatihan ini ditujukan bagi wirausaha yang ingin mengembangkan usaha dan akan berhubungan dengan bank sehingga dapat menjadi *bankable*. Dukungan dari luar juga diperlukan untuk memulihkan usaha yang tidak berkembang bagus.

### 2.2.2 Paradigma Pengembangan Manajemen UMKM

- Pengembangan UMKM memiliki pengertian yang luas, berkaitan dengan peran UMKM di atas, terutama pertumbuhan dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap PDM, dan ekspor. Peran ini bisa tercapai apabila terjadi peningkatan kinerja dan daya saing UMKM.
- Pengembangan UMKM seharusnya didasarkan pada sumber permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan siapa yang berperan penting di dalamnya. Sampai saat ini terdapat banyak pandangan tentang sumber permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan pihak-pihak yang seharusnya berperan di dalamnya. Perbedaan pandangan tersebut menyebabkan adanya perbedaan paradigma dalam menganalisis permasalahan dan mencari alternatif pemecahannya.
- Identifikasi permasalahan pokok yang dihadapi usaha kecil bersumber dari faktor internal dan eksternal perusahaan (Pambudy dan Rabbani, 1995; Siswoyo dan Maryadi, 1995; Prawirokusumo, 1996 dan 2001; Subanar, 2001). Kendala utama faktor internal adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pengusaha kecil yang masih rendah yang dapat menimbulkan kendala-kendala lain yang lebih spesifik seperti: (1) kelemahan dalam memperoleh akses pasar dan memperbesar pangsa pasar, (2) kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh akses terhadap sumber-sumber permodalan, (3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen, (4) keterbatasan dalam pemanfaatan peluang, dan (5) keterbatasan jaringan usaha dan kerja sama usaha/kemitraan. Sedangkan kendala eksternal yang utama

meliputi: (1) iklim usaha yang kurang kondusif, karena masih adanya persaingan yang tidak sehat, (2) sarana dan prasarana perekonomian yang kurang memadai, dan (3) pembinaan yang masih belum terpadu. Kendala eksternal berada di luar jangkauan pengusaha kecil, yang secara umum mencakup aspek yang lebih makro, menyangkut iklim usaha yang mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya usaha kecil.

- Sementara itu, dilihat dari pihak yang seharusnya berperan di dalam mengatasi permasalahan-permasalahan UMKM, secara umum ada dua pihak sesuai dengan sumber permasalahan pokok, yaitu dari internal dan eksternal perusahaan. Pihak dari internal perusahaan adalah pelaku usaha itu sendiri, sedangkan pihak eksternal adalah Pemerintah.
- Melalui penelusuran kepustakaan ditemukan, paling tidak, terdapat tiga paradigma yang memengaruhi cara pandang atas persoalan usaha kecil (Mulyanto, 2006), yang membawa konsekuensi pada solusi yang berbeda di dalam upaya pengembangan usaha kecil. Ketiga paradigma ini seringkali tidak seratus persen berbeda dalam segala hal, kadang tumpang tindih satu sama lain. Perbedaan paling penting dari ketiganya adalah penjelasan mengenai sebab masalah dan jalan keluar yang diajukan.
- Paradigma pertama adalah paradigma modernisasi. Paradigma ini memandang tatanan sosial sudah merupakan konsensus yang baik, tidak dipermasalahkan, dan tetap dipertahankan. Permasalahan usaha kecil terletak pada keterbelakangan budaya, kebodohan, dan kemiskinan absolut yang ada pada diri pelaku usaha. Oleh karena itu pemecahan masalah bertujuan mengubah nilai dan norma budaya tradisional berkenaan dengan usaha. Budaya dan mentalitas dengan pelaku utama perubahannya adalah pemerintah dan lembaga-lembaga bantuan internasional berdaya kepemimpinan birokratis.



- Paradigma kedua adalah paradigma liberal yang memandang tatanan sosial ekonomi sebagai konsensus. Namun tatanan sosial tidak berfungsi dengan baik atau ada penyimpangan dan hambatan-hambatan. Sasaran masalah ditujukan pada peran pemerintah yang kurang memberi kesempatan kepada semua pihak dalam berusaha. Oleh karena itu, paradigma liberal menganggap perubahan kebijakan pemerintah yang bisa membuka kesempatan dan akses seluas-luasnya bagi pelaku usaha merupakan solusi terpenting. Paradigma ini menekankan perubahan kebijakan fungsional dengan tujuan ideologis menegakkan HAM, hukum, dan aturan-aturan yang berlaku di sektor usaha kecil. Aktor paling penting dalam melakukan perubahan adalah aparat pemerintah dan lembaga-lembaga internasional yang bergaya birokratik-teknokratik. Solusi teknologi, aturan pinjaman, pelatihan manajerial, dan bantuan pemasaran merupakan hal-hal penting pada paradigma ini.
- Paradigma ketiga adalah paradigma transformatif yang memandang bahwa tatanan sosial ekonomi tidak adil. Struktur sosial tempat pelaku usaha kecil berada merupakan hasil pemaksaan sebagian golongan masyarakat. Masalah yang dihadapi usaha kecil berakar pada struktur sosial dan hubungan-hubungan di dalamnya yang tidak adil. Oleh karena itu pemecahannya adalah dengan perubahan sistem atau penataan kembali struktur sosial. Motivasi yang mendasari paradigma ini berkenaan dengan kepercayaan bahwa masyarakat mampu melakukan perubahan. Oleh karena itu pelaku perubahan ke keadaan usaha kecil yang lebih baik adalah bukan pemerintah dan lembaga-lembaga bantuan dari luar, tetapi masyarakat itu sendiri dengan gaya kepemimpinan partisipatoris.
- Tiga paradigma pengembangan UMKM sebagaimana diuraikan di atas dilihat dari konsep, sebab masalah, solusi, dan pelakunya secara ringkas dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Paradigma Pengembangan UMKM**

Paradigma Pengembangan	Konsep	Sebab Masalah	Solusi	Pelaku
1. Modernisasi	Tatanana sosial merupakan konsensus sehingga tidak perlu dipermasalahkan dan harus tetap dipertahankan	Keterbelakangan budaya, kebodohan, dan kemiskinan absolut pelaku usaha	Perubahan nilai dan norma budaya tradisional dalam usaha	Pemerintah
2. Liberal	Tatanan sosial ekonomi dianggap sebagai konsensus, namun tidak berfungsi dengan baik sehingga menjadi penghambat	Pemerintah kurang memberi kesempatan kepada semua pihak dalam berusaha	Perubahan kebijakan pemerintah yang dapat memberi kesempatan dan akses yang luas bagi pengusaha	Pemerintah dan <i>entrepreneur</i>
3. Transformatif	Tatanana sosial ekonomi dianggap tidak adil karena struktur sosial yang ada merupakan hasil pemaksaan sebagian golongan masyarakat	Struktur sosial dan hubungan-hubungan yang ada dalam usaha tidak adil	Perubahan sistem atau penataan kembali struktur sosial	Masyarakat dan Pemerintah

### 3. Kesimpulan dan Saran

#### 3.1 Kesimpulan

- UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, utamanya dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap PDB, dan ekspor. Sektor ini juga memiliki *survival* yang cukup tinggi terhadap gangguan faktor eksternal. Walaupun demikian, UMKM menghadapi berbagai macam persoalan baik yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, untuk memacu pertumbuhan sektor riil, persoalan-persoalan yang dihadapi harus dapat diatasi, setidaknya diminimalisasi.
- Seringkali pandangan terhadap persoalan dan dengan demikian solusi yang dikemukakan bervariasi. Hal ini disebabkan paradigma yang digunakan berbeda. Paling tidak ada tiga paradigma dalam memandang persoalan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu paradigma modernisasi, paradigma liberal atau mekanisme pasar, dan paradigma transformatif. Paradigma yang sesuai dengan arus perekonomian saat ini adalah paradigma liberal dengan solusi yang ditawarkan adalah perbaikan teknologi dan aturan pemerintah, pelatihan manajerial, dan bantuan pemasaran. Pelaku utamanya adalah pemerintah dan *entrepreneur*.
- *Entrepreneur* dan Pemerintah Daerah merupakan dua aktor utama dalam pengembangan UMKM disamping *stakeholders* lainnya. Pengembangan UMKM paling tidak meliputi tujuh aspek, yaitu iklim usaha dan investasi, produk dan produktivitas, pasar dan pemasaran, teknologi, SDM, kemitraan, dan permodalan.

### 3.2 Saran

- Pemerintah hendaknya menciptakan iklim usaha dan investasi, sedangkan pada aspek-aspek lainnya Pemerintah Daerah berperan sebagai fasilitator sementara aktor utamanya adalah *entrepreneur*.
- Wirausaha harus mengembangkan diri secara terus-menerus dalam mengikuti pelatihan. Pelatihan dapat dilakukan dalam bentuk *in house training* dengan pencarian dana sponsor, misalnya dari perusahaan tempat wirausaha itu menjadi mitra binaan.

- UMKM sangat perlu mengembangkan usahanya dengan mengadopsi teknologi informasi komunikasi. Pelaku UMKM hendaknya menerapkan sistem manajemen, yaitu : tertib administrasi, kreativitas dan fokus.

#### 4. Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik, Statistik UKM.

BI , Kajian Perkembangan Ekonomi Dan Keuangan Propinsi Bali, 2012

Departemen Koperasi dan Usaha Kecil. . <http://www.depkop.go.id>

Iwan Kurniawan, 2002, Sektor Usaha kecil dan Mikro Sebagai Target Pasar Perbankan, Bank dan Manajemen ,Edisi, April-Maret, no 65

Kementerian Koordinator Bidang Kesra. 2006. “Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah-UMKM”

Mulyanto, Dede (Penyunting). 2006. *Usaha Kecil dan Persoalannya di Indonesia*. Bandung: Yayasan AKATIGA.

----- . 2001. *Ekonomi Rakyat (Konsep, Kebijakan, dan Strategi)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: PT. BPFY-Yogyakarta.

Pratiknyo Yanto Sidik, *Pentingnya Manajemen bagi UKM*, Tabloid Peluang Usaha, no 9 tahun I, 26 Desember 2005-8 januari 2006

Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia

Syahril Sabirin, 2002, Peran Bank Indonesia Dalam Memajukan UKM, Bank dan Manajemen, Edisi, Juli-Agustus no 67.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.