



DIES NATALIS

Orasi Dies

Peran Universitas dalam Mengembangkan dan Membina UKM yang Berbasis Semangat Entrepreneurship

oleh:
Gandhi Pawitan, Ph.D.

Bandung, 06 September 2012

**Peran Universitas dalam Mengembangkan dan
Membina UKM
yang Berbasis Semangat *Entrepreneurship***

Gandhi Pawitan
Orasio Ilmiah Dies Natalis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNPAR ke-51
September 2012

Outline

Pendahuluan.....	1
<i>Demographic dividend</i>	4
Situasi ekonomi nasional.....	10
Semangat <i>entrepreneur</i>	15
Definisi ukm.....	24
ACFTA dan industri manufaktur kecil menengah di Jawa Barat.....	24
Peran universitas dalam pengembangan UKM.....	31
Penutup.....	35
Daftar Pustaka.....	36

Pendahuluan

Pada akhir-akhir ini sektor usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi primadona yang mendapat perhatian dari semua kalangan. Berikut beberapa kutipan dari media yang berkaitan dengan UKM

"Inilah 15 Program Pilihan 100 Hari SBY", yang menyebutkan pada program ke-9 Mengucurkan Rp 100 triliun per tahun untuk kredit usaha kecil dan menengah (Kompas edisi 5 November 2009)

"BUMN Wajib Kucurkan Kredit Tanpa Agunan", Menteri Koordinator Perekonomian menyatakan bahwa Pemerintah mewajibkan bank-bank yang tergolong BUMN untuk mengucurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada masyarakat yang memiliki usaha kecil dan menengah (Kompas edisi 26 Agustus 2010).

Pikiran Rakyat, edisi Rabu, 27 Juni 2012, menuliskan "Terapkan Perda Soal CSR". Wali Kota Bandung Dada Rosada berharap Perda mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) di Kota Bandung segera ditetapkan. Hal itu dilakukan untuk mendongkrak kesadaran pengusaha untuk menciptakan kemitraan dengan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Bandung.

"Telkom Kucurkan Rp 153,6 Miliar untuk UKM", PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) menyatakan, tetap mengalirkan bantuan dana kepada para pelaku ekonomi, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui Program Kemitraan (PK) (Kompas edisi 16 Maret 2010).

"PT Jamsostek Alokasikan Dana CSR Rp 100 Miliar", Pikiran Rakyat edisi 29 Maret 2010.

"BJB Biayai 50.000 Orang Usaha Kecil dan Menengah", Pikiran Rakyat edisi 23 Juni 2012.

"Alfamart Berikan Pelatihan kepada 75 Pedagang Kecil Warung Eceran". PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk., selaku pengelola mini market Alfamart, memberikan pelatihan manajemen pengelolaan warung eceran kepada 75 pedagang kecil warung eceran se-Kab. Sumedang di gedung PKK Kab (Pikiran Rakyat edisi 8 Mei 2012).

"BJB Perbesar Akses Keuangan bagi Pelaku UKM", Pikiran Rakyat edisi Kamis, 5 Juli 2012. Dirut PT Bank BJB Tbk Bien Subiantoro menyatakan komitmennya untuk terus memperbesar akses keuangan bagi pelaku usaha kecil menengah (UKM). Hal itu direalisasikan dengan dibukanya Warung BJB yang kini sudah berjumlah 430 buah.

Hal tersebut adalah wajar karena sektor usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi salah satu sektor penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional. Badan Pusat Statistik pada tahun 2008 melaporkan statistika sektor UKM seperti tertera pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Statistik UKM secara nasional (dalam %)

Karakteristik UKM	2006	2007	2008
Jumlah unit usaha	99,9	99,9	99,9
Penyerapan tenaga kerja (berdasarkan usia produktif 15-64 tahun)	57,8	59,1	60,5
Kontribusi terhadap PDB nasional	56,2	56,2	55,6
Ekspor barang	15,7	16,0	16,7
Investasi	52,6	53,0	52,9

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2008.

Pemerintah menaruh perhatian yang besar terhadap sektor usaha kecil dan menengah ini. Statistik yang ditampilkan pada Tabel 1 memberi gambaran bahwa UKM mempunyai peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian nasional. Jumlah unit usaha kecil menengah merupakan mayoritas dibandingkan lainnya, dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 60,5% berdasarkan usia produktif 15-64 tahun. Demikian juga dengan kontribusi terhadap PDB nasional, serta nilai investasi yang mencapai lebih dari 50%.

Namun hal yang menarik adalah bahwa nilai ekspor barang yang hanya mencapai dibawah 17%. Kondisi ini dapat diartikan bahwa aktifitas ekonomi dari UKM terfokus untuk pemenuhan domestik. Tambunan (2009b) menyebutkan bahwa hal ini merupakan kondisi yang umum dijumpai untuk negara yang sedang berkembang. Lebih lanjut penulis menyatakan terjadinya ini terutama disebabkan oleh rendahnya produktifitas, penguasaan terhadap teknologi, dan kurang tersedianya pekerja trampil (Tambunan, 2009b).

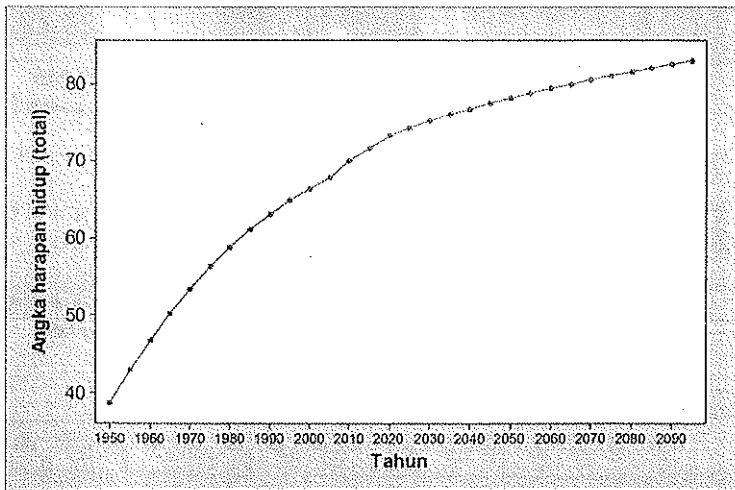
Besarnya jumlah unit usaha UKM dan penyerapan terhadap tenaga kerja produktif, mendorong pemerintah untuk memberikan perhatian khusus terhadap sektor ini. Tambunan (2009a) menyebutkan hal ini sebagai peranan krusial UKM dalam berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, perbaikan pendapatan keluarga, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan ekspor. Karakteristik UKM diuraikan secara detail dalam Tambunan (2009a, p. 2).

Dalam artikel ini penulis akan menyajikan sebuah konsep program pengembangan dan pembinaan usaha (kecil dan menengah) yang berbasiskan peningkatan semangat *entrepreneurship*. Adapun dasar program ini adalah sebagai langkah strategis untuk mengantisipasi *demographic dividend* dan peningkatan daya saing bangsa.

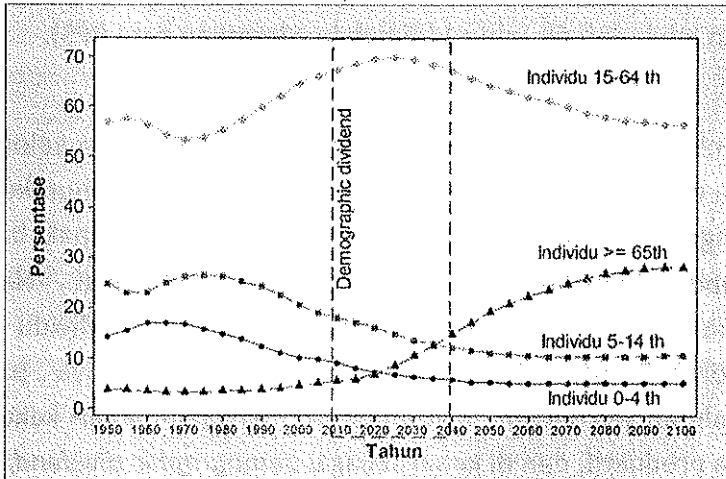
Demographic dividend

Laporan Bank Dunia tahun 2009 menyebut Indonesia sebagai salah satu negara *middle-income economy*, dengan karakteristik perekonomian yang kuat dan kehidupan politik yang stabil. Krisis ekonomi pada tahun 1998 membawa perubahan yang signifikan terutama transformasi sistem politik dan fiskal.

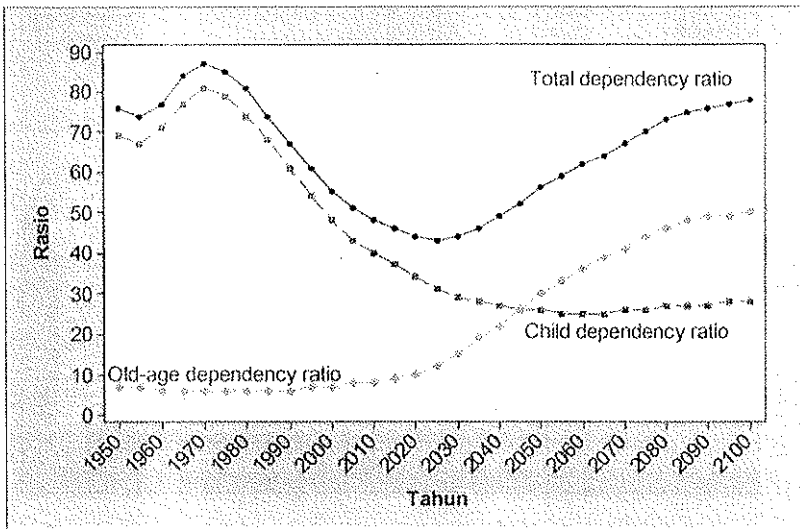
Selain transformasi tersebut, Indonesia pun sedang menghadapi pergeseran mendasar dalam aspek demografi dan geografi. Saat ini Indonesia termasuk kategori *urban country*, yaitu mencapai 60% penduduknya tinggal di perkotaan. Karakteristik lainnya adalah tingkat kelahiran yang menurun, perbaikan fasilitas kesehatan, serta meningkatnya proporsi individu usia produktif. Gambar 1. memberikan gambaran meningkatnya angka harapan hidup, yang untuk tahun 2010 mencapai angka harapan hidup lebih dari 65 tahun.



Gambar 1. Angka harapan hidup Indonesia (diolah berdasarkan data BPS)



Gambar 2. Persentase kelompok usia tahun 1950 – 2100 (diolah berdasarkan data BPS).



Gambar 3. Perbandingan antara kelompok usia produktif (15-64 tahun) terhadap usia non produktif (kurang dari 15 tahun, dan lebih dari 65 tahun) (diolah berdasarkan data BPS).

Gambar 2 mendeskripsikan komposisi individu pada kelompok usia 0-4 tahun, 5-14 tahun, 15-64 tahun, dan 65 tahun keatas. Dengan meningkatnya angka harapan hidup, tampak bahwa proporsi individu diatas 65 tahun terus meningkat. Namun keuntungan terjadi pada kondisi meningkatnya individu pada kelompok usia 15-64 tahun, serta menurunnya tingkat kelahiran (fertilitas). Kelompok ini menggambarkan kekuatan usia produktif, dan di kenal sebagai *demographic dividend*, yang pertama kali dikemukakan oleh Bloom, Canning, and Sevilla (2003).

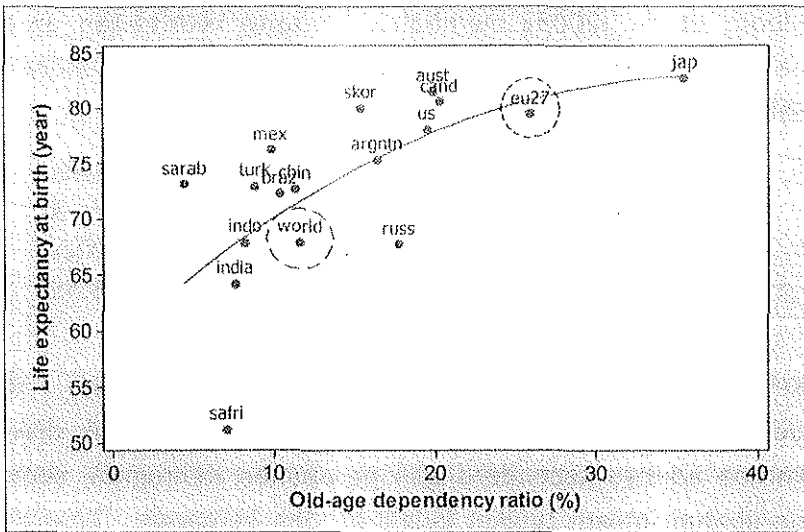
Bloom et al. (2003) membahas tentang keterkaitan antara perubahan dalam populasi dengan pertumbuhan ekonomi. Satu kutipan dari bukunya adalah sebagai berikut

.....*Because people's economic behavior and needs vary at difference stages of life, changes in a country's age structure can have significant effect on its economic performance (Bloom et al., 2003, p. xi)*

Keterkaitan antara perubahan dalam populasi dan pertumbuhan ekonomi belakangan ini menjadi topik diskusi karena adanya kecenderungan perubahan demografi, seperti perubahan dalam tingkat kelahiran dan kematian. Terutama untuk negara yang sedang berkembang, hal ini akan menimbulkan ledakan penduduk usia muda. Pada periode selanjutnya tentu kondisi ini akan merubah struktur usia dalam populasi, dan proporsi individu usia produktif meningkat diikuti oleh menurunnya proporsi individu usia non produktif (dibawah 15 tahun dan diatas 65 tahun). Untuk kasus Indonesia dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.

Gambar 2 dan 3 menggambarkan *demographic dividend* yang akan dihadapi Indonesia pada dekade kedepan, yaitu peningkatan proporsi usia produktif dan menurunnya *dependency ratio*. Fenomena ini tentu memunculkan kesempatan untuk peningkatan pertumbuhan ekonomi, dan mengambil keuntungan yang semaksimalnya. Sebelum kesempatan ini berlalu dalam dekade berikutnya.

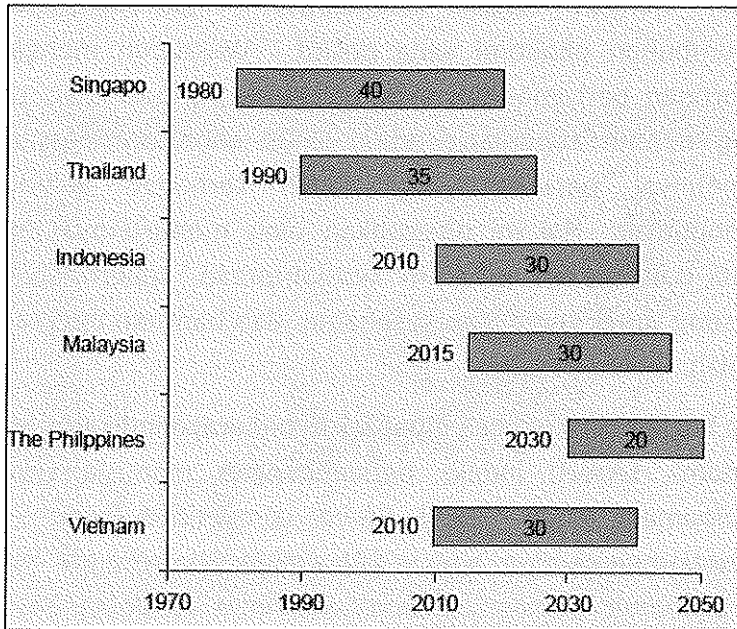
Orasio Dies Natalis FISIP UNPAR ke-51



Gambar 4. Angka harapan hidup dan *old-age dependency ratio* Indonesia dibanding negara-negara lain (diolah berdasarkan data BPS).

Pada Gambar 4 mendeskripsikan posisi Indonesia untuk karakteristik demografi *old dependency ratio vs life expectancy at birth*. Indonesia mempunyai posisi yang berdekatan dengan negara-negara seperti Brazil, Rusia, India, Cina, dan juga Turki, South Afrika, dan Mexico. Sedangkan negara-negara maju Australia, negara Eropa, Jepang, dan lain lain, mempunyai tingkat rasio dependensi orang tua yang tinggi. Tentu kebijakan yang menekankan pada perbaikan kesehatan berdampak positif pula terhadap peningkatan *life expectancy*, yang pada tahap berikutnya akan memperpanjang periode dari *demographic dividend*. Hal ini tentu memberikan keuntungan terhadap

tingkat *competitiveness*. Adapun periode *demographic dividend* untuk negara-negara ASEAN dapat dilihat pada Gambar 5 (UNFPA, 2010).



Gambar 5. Periode *demographic dividend* untuk negara-negara ASEAN

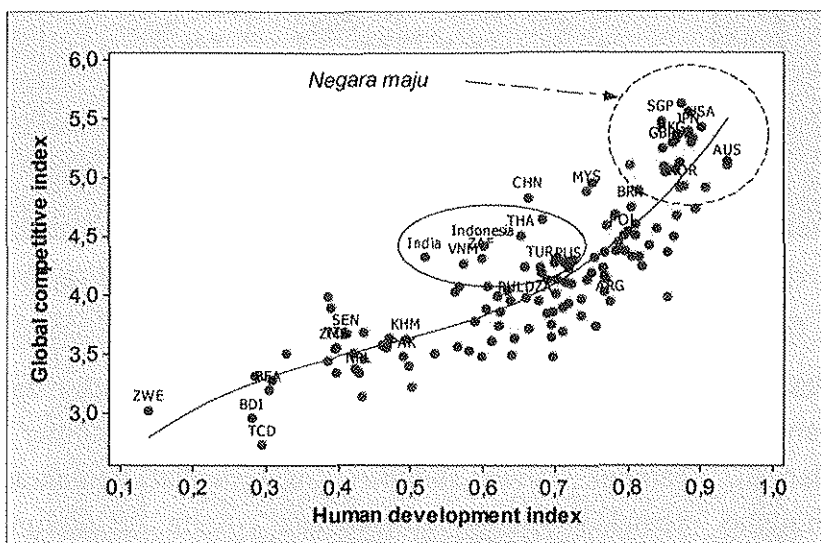
Situasi ekonomi nasional

Mietzner (2010) memberikan gambaran tentang situasi politik dan ekonomi Indonesia yang kondusif setelah berlansungnya pemilihan umum 2009. Indonesia mengalami perkembangan politik dengan sistem demokrasi, dan mempunyai pertumbuhan ekonomi yang positif. Walaupun mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sejak periode krisis tahun 2008, namun sepanjang tahun 2009 sebagian masyarakat mempunyai persepsi yang positif terhadap kehidupan ekonominya. Hal ini disebabkan oleh menurunnya tingkat inflasi dan adanya program kesejahteraan, seperti bantuan langsung tunai, tunjangan kesehatan, dan bantuan operasional sekolah.

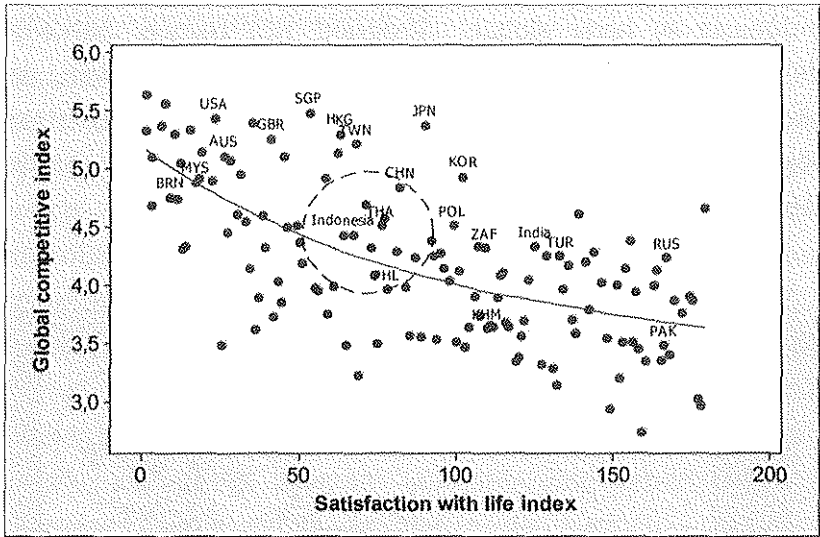
Pada bagian berikut akan dipaparkan beberapa indikator makro ekonomi, seperti indeks perkembangan manusia (*Human Development Index – HDI*), *Global competitive index – GCI*, *corruption perception index – CPI*, *satisfaction with life index – SLI*, *economic democracy index and ease of doing business ranking*. Data yang digunakan terutama bersumber dari World Economic Forum (WEF, 2011).

Pada level negara, secara makro HDI mempunyai korelasi yang positif terhadap GCI, seperti tampak pada Gambar 5. Gambaran ini memberikan tuntunan bahwa program-program yang berkaitan dengan peningkatan HDI memberikan kecenderungan positif terhadap peningkatan indeks daya saing

Indonesia di level global. Program HDI banyak berkaitan dengan perbaikan dalam bidang kesehatan, pendidikan, dan ekonomi keluarga. Selain itu juga tampak bahwa Satisfaction life index (SLI) mempunyai hubungan yang negatif dengan GCI (lihat Gambar 6).

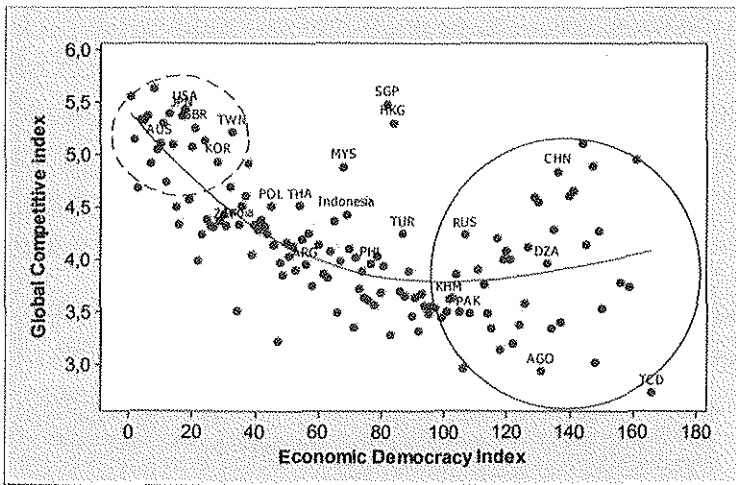


Gambar 5. Hubungan antara *human development index* dan *Global competitive index*.

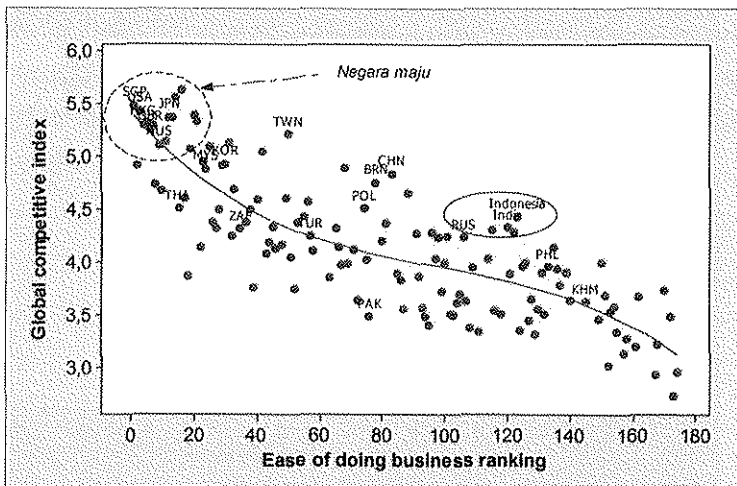


Gambar 6. Hubungan antara *Satisfaction with life index* dan *Global competitive index*.

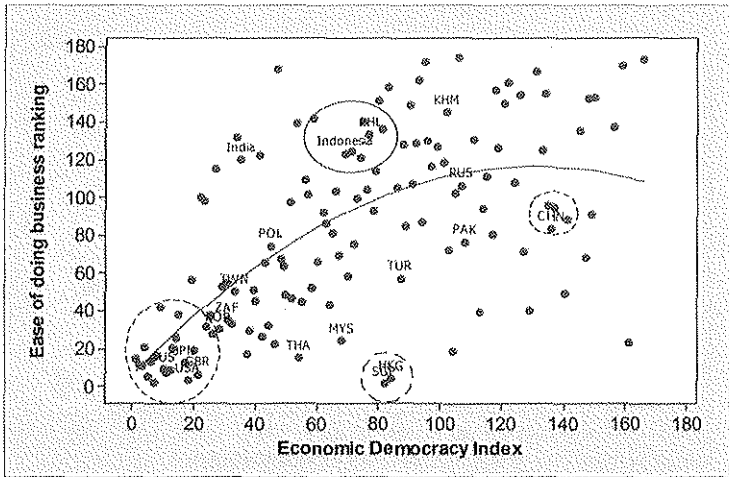
Faktor makro lainnya adalah *economic democracy index* dan ranking kemudahan menjalankan usaha/bisnis (lihat Gambar 7 dan 8). Tampak bahwa semakin tinggi tingkat demokrasi ataupun semakin mudah melakukan usaha cenderung meningkatkan tingkat daya saing sebuah negara. Indonesia mempunyai tingkat demokrasi yang menengah, namun mempunyai daya saing yang lebih rendah dibandingkan Cina yang memiliki indeks demokrasi yang lebih rendah. Sedangkan untuk kemudahan melakukan usaha, Cina mempunyai indeks yang lebih baik dibanding Indonesia.



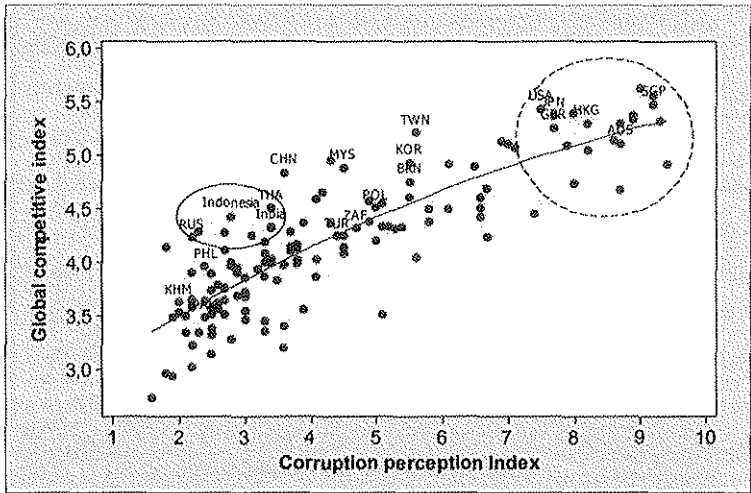
Gambar 7. Hubungan antara *economic democracy index* dan *global competitive index*.



Gambar 8. Hubungan antara *ease of doing business ranking* dan *global competitive index*.



Gambar 9. Hubungan antara *economic democracy index* dan *ease of doing business ranking*.



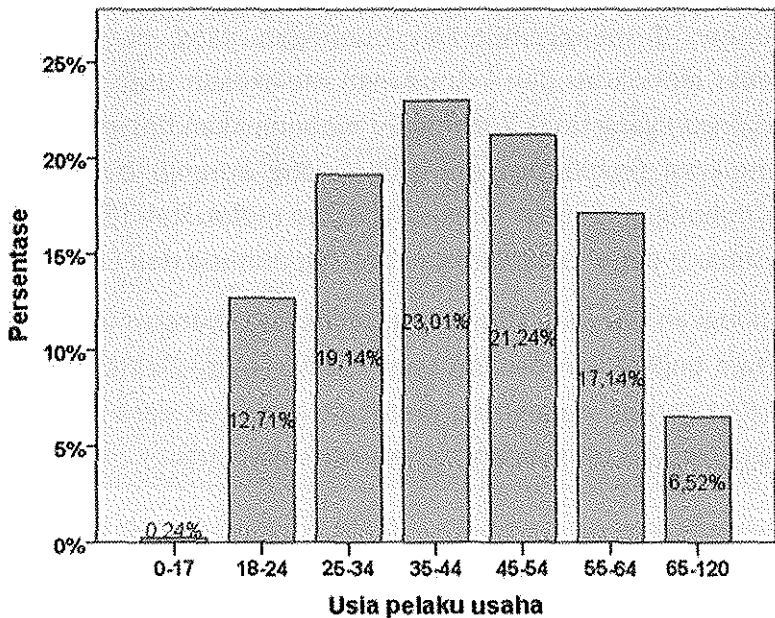
Gambar 10. Hubungan antara *corruption perception index* dan *global competitiveness index*.

Gambar 9 menggambarkan hubungan yang positif antara indeks demokrasi dan kemudahan melakukan usaha. Tampak hubungan yang tidak linear yaitu menunjukkan tingginya indeks demokrasi (kehidupan demokrasi yang kurang) belum tentu berhubungan dengan semakin sulitnya melakukan usaha. Pada Gambar 9 dapat dibandingkan posisi Indonesia dan Cina.

Sedangkan Gambar 10 menggambarkan hubungan yang positif antara tingkat korupsi dan tingkat daya saing. Semakin rendah tingkat korupsi cenderung mempunyai tingkat daya saing yang tinggi, seperti tampak untuk negara-negara maju.

Semangat *entrepreneur*

Pada bagian ini digunakan data yang berasal dari Global Entrepreneurship Monitor – GEM, yaitu riset dalam aspek aktifitas *entrepreneur* dalam cakupan global dalam cakupan global (Kelley, Singer, & Herrington, 2011).



Gambar 11. Karakteristik usia pelaku usaha berdasarkan survey GEM tahun 2008.

Gambar 11 mengindikasikan pelaku usaha pada umumnya dilakukan oleh individu pada usia produktif 18-64 tahun. Walaupun tidak ditampilkan karakteristik usaha yang dilakukan, namun hal ini cukup menggambarkan pentingnya keterkaitan *demographic dividend* dan semangat *entrepreneur*.

Semangat *entrepreneur* didefinisikan sebagai *entrepreneurial attitude*, *entrepreneurial aspiration*, dan juga aktifitas *entrepreneur*. Pada tulisan ini akan dibahas dua aspek saja yaitu *entrepreneurial attitude* dan aktifitas *entrepreneur*. Kelley

et al. (2011) mendefinisikan *entrepreneurial attitude* menjadi beberapa indikatornya, yaitu

Entrepreneurial intention, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang berkeinginan/berencana untuk melakukan usaha/bisnis dalam 3 tahun.

Entrepreneurship as desirable career choice, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang setuju dengan pernyataan "*In their country, most people consider starting a business as a desirable career choice*".

Fear of failure rate, yaitu persentase individu usis 18-64 tahun yang menyatakan bahwa "*Fear of failure would prevent them from setting up a business*".

High status successful entrepreneurship, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang menyatakan setuju terhadap "*In their country, successful entrepreneurs receive high status*".

Know startup entrepreneur rate, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang mengetahui secara personal seseorang yang telah melakukan/memulai usaha dalam dua tahun terakhir.

Media attention for entrepreneurship, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang setuju dengan pernyataan "*In their country, you will often see stories in the public media about successfull new businesses*".

Perceived capabilities, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang meyakini bahwa diperlukan kemampuan dan pengetahuan untuk memulai bisnis/usaha.

Perceived opportunities, yaitu persentase individu yang melihat kesempatan untuk memulai bisnis/usaha dilingkungan hidup sekitarnya.

Berdasarkan data GEM, indikator tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua faktor utama, yaitu faktor lingkungan dan faktor dorongan individu. Tabel berikut menunjukkan hasil pengelompokkan tersebut,

Tabel 2. Pengelompokkan indikator perilaku *entrepreneur*

Entrepreneur attitude	Faktor	
	Lingkungan	Dorongan individu
High Status Successful Entrepreneurship	,937	
Entrepreneurship as Desirable Career Choice	,923	
Media Attention for Entrepreneurship	,920	
Perceived Capabilities		,875
Fear of Failure Rate		-,653
Perceived Opportunities		,601
Entrepreneurial Intention		,522
Know Startup Entrepreneur Rate		,516

Sumber : hasil pengolahan data GEM 2012

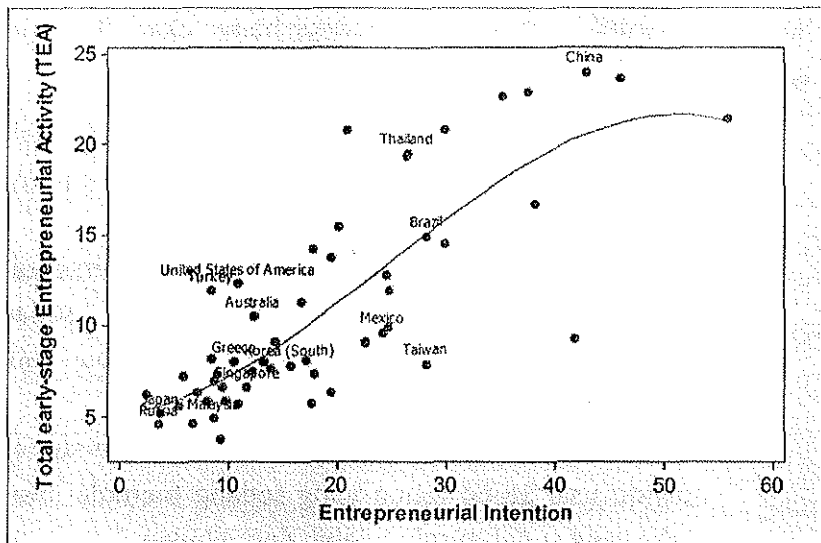
Sedangkan untuk aktifitas *entrepreneur* hanya akan digunakan tiga indikator yaitu

Total early-stage entrepreneurial activity (TEA), yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang mempunyai usaha sedang tumbuh ataupun usaha baru.

Established business ownership rate, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang sedang menjalankan/memiliki bisnis usaha yang mapan lebih dari 42 bulan.

Nascent entrepreneurship rate, yaitu persentase individu usia 18-64 tahun yang sedang memulai bisnis usaha yang sudah tumbuh lebih dari 3 bulan.

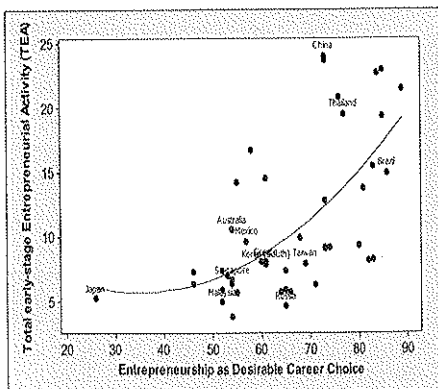
Pada bagian berikutnya akan ditampilkan beberapa keterkaitan antar semangat *entrepreneur* ini, dan juga dengan kondisi ekonomi makro. Sebagai catatan, data Indonesia tidak ditampilkan, karena Indonesia belum terlibat dalam GEM.



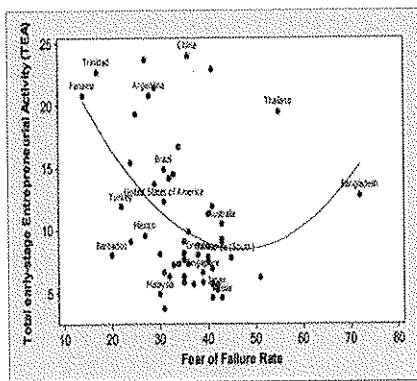
Gambar 12. Hubungan antara *entrepreneurial intention* versus *total early-stage entrepreneurial activity*.

Gambar 12 menunjukkan hubungan yang cenderung tidak linear antara *entrepreneurial intention* dengan *total early-stage entrepreneurial activity*. Peningkatan tingkat intensi pada tahap awal cenderung meningkatkan aktifitas entrepreneurial, namun pada tahap berikutnya akan cenderung stagnan dan kemudian menurun.

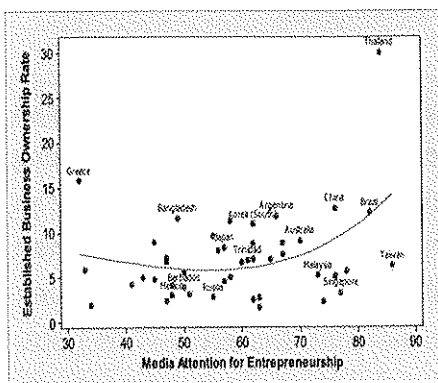
Gambar 13 menggambarkan hubungan antara *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial activity*. Pada umumnya menunjukkan hubungan yang tidak linear, namun tidak terlalu kuat, karena tampak titik-titik pengamatan yang relatif menyebar.



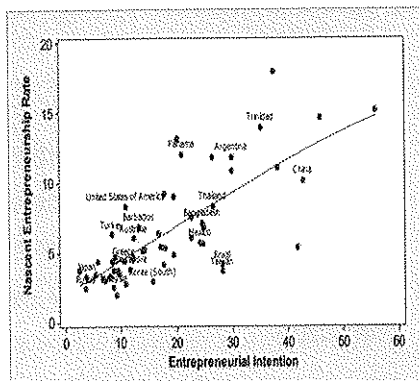
(a)



(b)

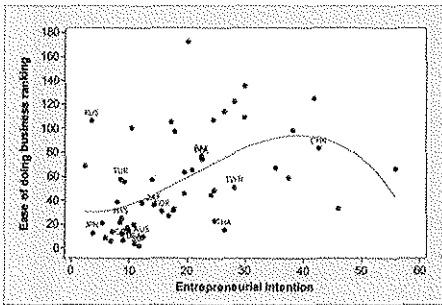


(c)

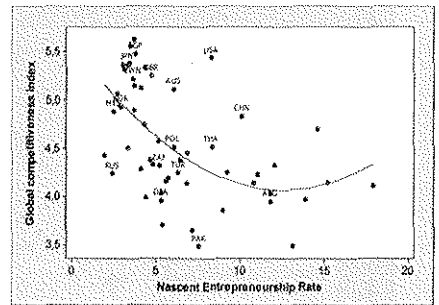


(d)

Gambar 13. Hubungan *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial activity*



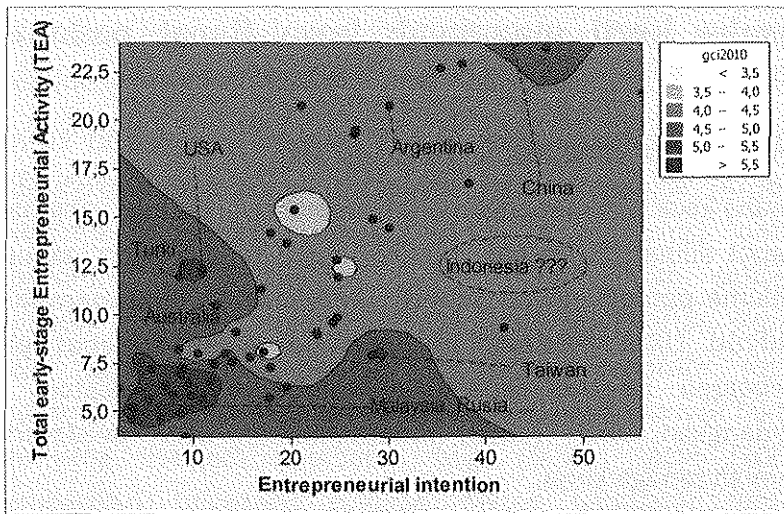
(a)



(b)

Gambar 14. Hubungan antara *entrepreneurial intention vs ease of doing business ranking* (a) dan hubungan antara *nascent entrepreneurship rate vs tingkat daya saing* (b).

Sedangkan untuk Gambar 14 (a) tampak yang menarik adalah bahwa peningkatan *entrepreneurial intention* cenderung meningkatkan kesulitan melakukan usaha. Dan pada tingkatan tertentu kemudian akan kembali menurunkan kesulitan melakukan usaha, seperti tampak pada Cina yang cenderung menurun.



Gambar 15. Peta kontur hubungan antara *entrepreneurial intention* dan *total early-stage entrepreneurial activity* terhadap *global competitiveness index*.

Peta kontur yang disajikan pada Gambar 15 menunjukkan bahwa negara dengan tingkat *entrepreneurial intention* dan *total early-stage entrepreneurial activity* yang rendah, ternyata mempunyai daya saing global yang tinggi. Namun negara dengan tingkat yang tinggi, cenderung mempunyai daya saing yang rendah, kecuali untuk Cina. Bagaimana dengan posisi Indonesia? Pada bagian berikut akan dipaparkan studi kasus kinerja sektor industri manufaktur kecil menengah di Jawa Barat.

Usaha kecil menengah Jawa Barat pada era ACFTA

Definisi usaha kecil menengah

Usaha kecil dan menengah tidak mempunyai definisi yang baku, dapat dilihat dari aspek modal, jumlah tenaga kerja, ataupun volume penjualannya. Seperti Tambunan (2009a) menyajikan definisi UKM berdasarkan beberapa aspek tersebut pada beberapa negara, seperti di ASEAN, Cina, Pakistan, dll. Sedangkan OECD (2010) mendefinisikan UKM berdasarkan jumlah tenaga kerja.

Untuk kasus Indonesia, usaha kecil dan menengah ini didefinisikan dalam UU No.9/1995 dan Instruksi Presiden No.11/1999. Dalam UU No.9/1995 tentang usaha kecil ini dirumuskan bahwa sebuah usaha kecil bukan merupakan cabang usaha besar dan memiliki penjualan di bawah Rp.1 milyar setahun dan aset di luar tanah dan bangunan dibawah Rp. 200 juta,-. Sedangkan usaha menengah dirumuskan berdasarkan Instruksi Presiden No. 11/1999 yang mengolongkan usaha menengah hanya atas dasar kriteria aset di luar tanah dan bangunan antara Rp. 200 juta,- hingga Rp. 10 milyar. Sedangkan BPS yang melakukan pengumpulan data secara periodik, membedakan ukuran sektor usaha ini berdasarkan jumlah tenaganya, yaitu untuk usaha mikro adalah 1-4 orang tenaga kerja, usaha kecil adalah 5-19 tenaga

kerja, dan menengah adalah 20-99 tenaga kerja (Pawitan, Chandra, & Munthe, 2011).

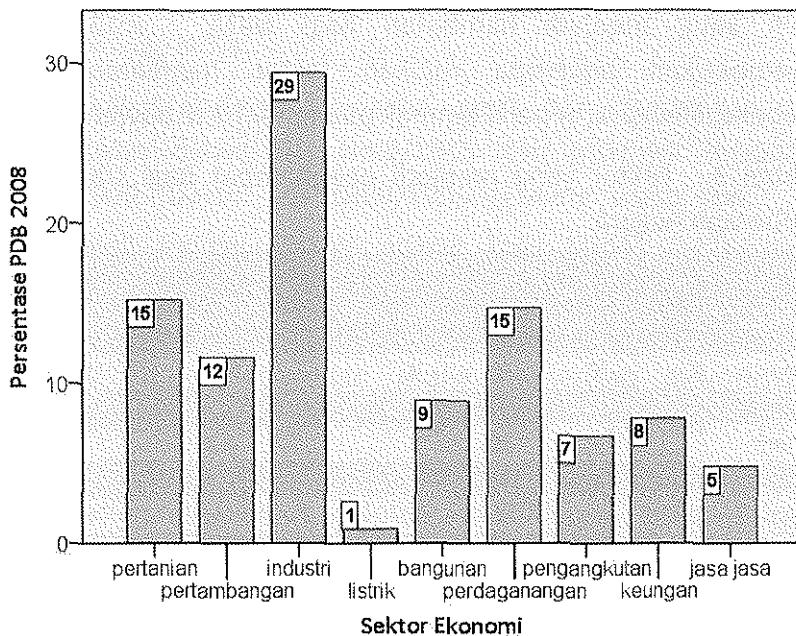
Banyak faktor yang menjadi tantangan yang dihadapi sektor UKM dalam menjalankan usahanya. Faktor keuangan (modal) umumnya dipandang sebagai satu faktor kunci untuk mendorong pengembangan UKM. Pemerintah sebagai regulator berusaha menyusun kebijakan pemberian kredit usaha kecil sampai dengan kebijakan *corporate social responsibility – CSR*. Namun pada kenyataannya, banyak faktor lain yang menjadi hambatan bagi UKM. ADB (2009) memberikan beberapa rujukan faktor hambatan untuk beberapa negara, seperti tampak pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Faktor yang menjadi penghambat bagi UKM pada beberapa negara.

Negara	Bahan baku	Pemasaran	Finansial	Energi	Informasi	Teknologi & skill	Infrastruktur	Pasar
Indonesia	X	X	X	X				
Philippine			X		X	X		X
Vietnam			X	X		X		X
Thailand	X	X	X			X		
Malaysia	X		X		X	X		
Brunei		X	X		X	X		
Cina		X	X			X	X	
India		X	X				X	X

Sumber : ADB (2009)

Untuk Indonesia disajikan kondisi UKM di Jawa Barat, terutama untuk kasus industri manufaktur kecil menengah – IMKM. Kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDB nasional terhitung cukup tinggi setelah sektor perdagangan, bangunan, dan pengangkutan (lihat Gambar 16). Sektor IMKM diperhitungkan sebagai salah satu penyumbang bagi kesempatan kerja dan pendapatan keluarga, terutama untuk golongan keluarga yang berpendapatan rendah. Sehingga kemudian menjadi penggerak juga bagi ekonomi lokal.



Gambar 16. Persentase kontribusi sektor usaha terhadap PDB Nasional tahun 2008.

Kinerja industri manufaktur kecil menengah

Pada bagian ini berisi rangkuman dari penelitian "*Pemetaan Kinerja Industri Manufaktur Kecil & Menengah Di Jawa Barat Pada Masa Berlakunya ACFTA*" (Pawitan et al., 2011). Penelitian ini memberikan kontribusi dalam menyusun kajian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang dicapai ini diharapkan bermanfaat bagi pelaku IMKM, pemerintah, dan sektor industri pada umumnya untuk menyusun strategi bersaing dalam menghadapi ACFTA.

Globalisasi dan terbukanya pasar nasional dari pemain-pemain global membuat kondisi persaingan usaha yang semakin ketat. Free Trade Agreement (FTA) menjadi sebuah model perdagangan regional, termasuk ASEAN. ASEAN merupakan salah satu regional yang strategis dalam kajian ekonomi internasional, seperti dalam Ariyasajjakorn, Gander, Ratanakomut, and Reynolds (2009).

Dengan berlakunya perjanjian ACFTA pada tahun 2010, maka produk-produk Cina, akan dengan bebasnya masuk ke pasaran di Indonesia. Industri-industri di Cina saat ini dikenal memiliki tingkat efisiensi yang sangat tinggi di satu pihak dan tingkat produktivitas yang tinggi di lain pihak. Hal ini tentunya mempengaruhi daya saing dan dorongan ekspansi yang cukup tinggi untuk masuk ke pasar di luar Cina dengan harga yang jauh lebih murah. Industri domestik Indonesia menjadi kehilangan daya saingnya terutama dari sisi harga bila

dibandingkan dengan produk-produk Cina. Hal ini berimbas juga kepada industri-industri kecil dan menengah.

Secara empiris sektor usaha kecil menengah menunjukkan daya tahan yang kuat terhadap krisis ekonomi global. Walaupun secara finansial mempunyai keterbatasan modal, namun kinerja pengembalian kredit usahanya terhitung lebih baik dibandingkan usaha besar. Selain itu juga penyerapan tenaga kerja dan efek turunan dari bisnis UKM kiranya akan menggerakkan roda ekonomi lokal. Apalagi saat ini gerusan terhadap daya tahan ekonomi kita terutama terhadap Industri manufaktur kecil menengah – IMKM, yang menghadapi gempuran barang-barang Cina yang membanjiri pasar Indonesia karena pelaksanaan ASEAN-CINA Free Trade Area sungguh menarik untuk disimak.

Pasar ACFTA mencakup sepertiga dunia yaitu 1,9 miliar orang, dengan Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 6 triliun \$ USD, dan tingkat pertumbuhan perdagangan rata-rata 30% (Pawitan et al., 2011). Pawitan et al. (2011) menuliskan bahwa bagi Indonesia, Cina merupakan pasar tujuan ekspor nomor lima setelah Uni Eropa, Jepang, AS dan Singapura. Nilai perdagangan Indonesia-RRC tumbuh rata-rata 17%. Pertumbuhan ekspor Indonesia ke RRC sebelum pelaksanaan ACFTA sebesar 14,15% sedangkan pertumbuhan impornya sebesar 21,1%. Kontribusi ekspor ke Cina terhadap jumlah atau nilai ekspor Indonesia adalah 9,8% sedangkan kontribusi impor

Indonesia dari RRC pada keseluruhan nilai impor Indonesia sebesar 14,4%.

Tabel 4. Ukuran sampel

	Freq	%
Bekasi	12	2.1
Bogor	50	8.8
Ciamis	57	10.1
Cianjur	50	8.8
Cikampek	77	13.6
Cimahi	50	8.8
Garut	60	10.6
Kab.	54	9.6
Bandung		
Kot. Bandung	22	3.9
Punwakarta	58	10.3
Sukabumi	50	8.8
TasikMalaya	25	4.4
Total	565	100

Gambar 17. Lokasi penelitian

Data diambil dari beberapa lokasi di Jawa Barat (lihat Tabel 4 dan Gambar 17), berdasarkan beberapa indikator tentang kinerja usaha dan daya saing. Hasil analisis dengan menggunakan metoda analisis faktor, diperoleh enam profil utama yang perlu mendapat perhatian (masih lemah/kurang)

dari industri manufaktur kecil menengah di Jawa Barat, yaitu sebagai berikut:

- a) Faktor pertama adalah mencakup aspek pemasaran, yaitu keikutsertaan dalam promosi produk baik skala daerah, nasional, ataupun internasional.
- b) Faktor kedua adalah mencakup aspek kinerja usaha setahun terakhir, yaitu meliputi pertumbuhan usaha, jumlah pelanggan, keuntungan, serta modal usaha.
- c) Faktor ketiga adalah mencakup aspek keuangan, yaitu kesulitan dalam mendapatkan tambahan modal usaha, baik untuk pengadaan bahan baku, distribusi, energi (listrik ataupun BBM), ataupun pengadaan produk itu sendiri pada saat terjadi lonjakan permintaan.
- d) Faktor keempat adalah mencakup aspek proses produksi, yaitu dalam hal pemanfaatan teknologi proses produksi terbaru, strategi dalam menghadapi pesaing, serta inovasi produk.
- e) Faktor kelima adalah mencakup aspek daya saing dalam menghadapi serbuan produk dari luar negeri, terutama produk dari Cina karena harga, tampilan / desain, dan kualitas.
- f) Faktor keenam adalah mencakup aspek bahan baku, yaitu masalah ketersediaan pasokan dan inventori bahan baku bila terjadi lonjakan permintaan.

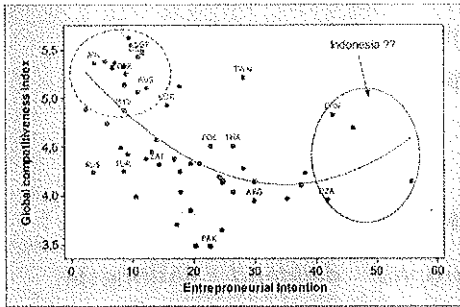
Hasil penelitian dapat memberikan tuntunan mengenai aspek-aspek yang dapat dikembangkan sehingga usaha kecil menengah memiliki daya saing di pasar global.

Peran universitas dalam pengembangan UKM

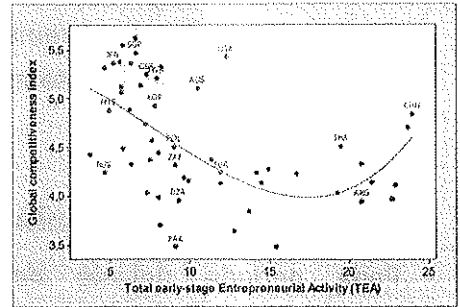
Pada periode dekade *demographic dividend*, Indonesia mempunyai potensi berlimpahnya sumber daya manusia yang berada pada usia produktif. Bila tidak dipersiapkan maka periode ini akan berlalu tanpa peningkatan manfaat yang berarti.

Pada sisi yang lain bahwa *entrepreneurship* merupakan sebuah kendaraan untuk meningkatkan daya saing bangsa. Namun peningkatan keinginan ataupun aktifitas *entrepreneurship* pada level tertentu belum tentu meningkatkan daya saing. Tetapi dapat terjadi sebaliknya yaitu akan menurunkan daya saing. Hal ini tampak pada Gambar 18 di bawah ini. Tetapi bila peningkatan keinginan ataupun aktifitas *entrepreneurship* tersebut secara signifikan, maka dapat meningkatkan daya saing. **Seberapa besar peningkatan yang signifikan?, merupakan pertanyaan yang perlu di teliti lebih lanjut .**

Hal ini memberikan sebuah gambaran bahwa usaha peningkatan tersebut harus dilakukan secara serius, sepenuh hati, dan perlu dukungan oleh semua pihak.



(a)



(b)

Gambar 18 . Hubungan antara (a) *entrepreneurial intention vs global competitiveness*, dan (b) *total early-stage entrepreneurial activity vs global competitiveness*.

Pertanyaan selanjutnya adalah apa yang bisa dilakukan oleh universitas, fakultas, ataupun program studi. Gambar 19 menggambarkan sebuah konsep pengembangan usaha kecil menengah, melalui peningkatan semangat *entrepreneurship*.

Sedangkan yang menjadi objek adalah dimulai dari

- a) mahasiswa,
- b) unit bisnis baru,
- c) unit bisnis komersial,
- d) unit bisnis komersial yang berdaya saing, dan
- e) alumni.

Unit program kewirausahaan SMU bertujuan untuk mengembangkan intensi kewirausahaan sejak dini, sehingga mempunyai karakter yang pantang menyerah, kreatif, inovatif, dan berani mengambil resiko. Unit ini menghasilkan penyebaran semangat entrepreneurial dikalangan siswa SMU, yang pada kesempatan berikutnya menjadi mahasiswa.

Unit program kompetisi bisnis adalah sebagai pintu gerbang bagi mahasiswa untuk memulai merealisasikan ide bisnis menjadi produk yang komersial. Kegiatan ini juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk membangun jaringan antar sesama mahasiswa dengan latar belakang kompetensi yang berbeda. Unit menghasilkan proposal bisnis yang layak untuk dikembangkan.

Unit program komersialisasi produk adalah sebuah inkubator bisnis yaitu mewujudkan ide bisnis peserta yang unik menjadi produk yang siap memasuki dunia komersial. Unit ini menghasilkan unit bisnis baru yang komersial ataupun siap menjadi komersial.

Unit program pengembangan kapasitas bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis kepada pelaku usaha sehingga memiliki daya saing dalam mengkomersialkan produknya. Unit ini menghasilkan unit bisnis komersial yang berdaya saing. Berdasarkan hasil penelitian Pawitan et al. (2011), program dapat disusun dengan mencakup topik strategi pemasaran, evaluasi kinerja, manajemen keuangan, strategi produksi dan aplikasi teknologi, strategi daya saing, dan manajemen bahan baku.

Penutup

Saya bermimpi bahwa Unpar ataupun Fisip Unpar ataupun Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Unpar dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam penciptaan bisnis baru serta pengembangan bisnis yang sudah ada. Kontribusi ini dapat dicapai dengan peningkatan semangat *entrepreneurship* melalui program yang sistemik tridharma perguruan tinggi.

Daftar Pustaka

- ADB, Asian Development Bank. (2009). *Enterprises in Asia: Fostering Dynamism in SMEs (Key Indicators for Asia and the Pacific)*. Mandaluyong City, Philippines: Asian Development Bank.
- Ariyasajakorn, Danupon, Gander, James P., Ratanakomut, Somchai, & Reynolds, Stephen E. (2009). ASEAN FTA, distribution of income, and globalization. *Journal of Asian Economics*, 20(3), 327-335.
- Bloom, David E., Canning, David, & Sevilla, Jaypee. (2003). *The Demographic dividend : a new perspective on the economic consequences of population change*: RAND Corporation.
- Kelley, Donna J., Singer, Slavica, & Herrington, Mike. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Global Report*: Global Entrepreneurship Research Association.
- Mietzner, Marcus. (2010). Indonesia in 2009: Electoral Contestation and Economic Resilience. *Asian Survey*, 50(1), 185-194.
- OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*: OECD.
- Pawitan, Gandhi, Chandra, Arie Indra, & Munthe, Atom Ginting. (2011). *Pemetaan Kinerja Industri Manufaktur Kecil & Menengah Di Jawa Barat Pada Masa Berlakunya ACFTA*. Bandung: LPPM - Unpar.
- Tambunan, Tulus. (2009a). *SMEs in Asian Developing Countries*: Palgrave Macmillan.
- Tambunan, Tulus. (2009b). Women entrepreneurship in Asian developing countries: Their development and main

constraints. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 1(2), 27--40.

UNFPA. (2010). *Taking Advantage of the Demographic Bonus in Viet Nam : Opportunities, Challenges, and Policy Options*. Ha Noi: United Nations Viet Nam.

WEF, World Economic Forum. (2011). *The Global Competitiveness Report 2010-2011*. Geneva: World Economic Forum.



www.unpar.ac.id