

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pasar perekonomian dunia terus mengalami pertumbuhan pesat, terlebih lagi ketika memasuki era globalisasi dimana interaksi internasional tidak lagi mengenal batasan negara. Pada tahapan ini, sistem liberalisasi pasar semakin terlihat memegang peranan penting di dalam tatanan perekonomian dunia. Konsep liberalisasi pasar sebagaimana yang dijelaskan oleh Adam Smith bahwa dasar dari pemahaman liberalisme pasar ialah adanya suatu sistem yang disebut *invisible hand* yang mengatur interaksi pasar (Smith 1759, hlm.13). Oleh karena hal tersebut, semakin terbukti bahwa negara bukanlah pemegang keputusan mutlak atas aktivitas perekonomian yang terjadi. Salah satu konsep dalam liberalisme pasar menerangkan bahwa semua sumber produksi adalah milik individu dan peran pemerintah di minimalisir dalam kegiatan perekonomian. Konsep ini pula yang menjadi landasan mulai berkembangnya pasar berbasis ekonomi kemasyarakatan dimana aktor utamanya tidak lain adalah individu-individu masyarakat itu sendiri.

Konsep dasar ekonomi kemasyarakatan yang mengandalkan potensi kearifan lokal dirasa memiliki sistem yang unik. Untuk permasalahan modal misalnya, umumnya usaha berbasis masyarakat tidak begitu memiliki modal yang banyak, namun dengan pengaturan yang sedemikian rupa usaha ini dapat bertahan. Dari segi pasar dan distribusi, karakteristik lain adalah rata-rata pengusaha berbasis kemasyarakatan ini memulai usahanya untuk cakupan lokal, menggunakan alat produksi dan sistem distribusi sederhana. Namun seiring berjalannya waktu, usaha sektor kemasyarakatan ini dapat berkembang lintas wilayah bahkan negara dan mampu menciptakan pasar sendiri.

Basis orientasi perekonomian duniapun menjadi terpengaruh ketika melihat pengalaman di negara-negara industri maju tentang peranan dan sumbangsih usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi.

Konsep perekonomian masyarakat yang diusung UMKM menawarkan prospek jangka panjang yang dianggap lebih stabil serta mampu memberikan kesempatan lebih besar bagi para masyarakat untuk dapat menjadi pelaku pasar yang aktif. Ada perbedaan dalam hal penanganan terhadap UMKM di negara berkembang dan di negara industri maju. Di negara berkembang, UMKM kurang diberdayakan sehingga dapat dengan mudah tersaingi oleh usaha skala besar. UMKM sendiri memiliki berbagai ciri kelemahan seperti keterbatasan modal dan bahan baku, kurangnya sumber daya manusia (SDM) sampai dengan kendala penggunaan teknologi. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM memiliki implikasi langsung kepentingan rakyat/masyarakat umum, oleh karenanya pemerintah diharapkan dapat lebih terdorong dalam upaya pengembangan dan perlindungan UMKM. Sebaliknya, perlakuan terhadap UMKM di negara maju justru mendapat perhatian yang lebih khusus oleh pemerintah karena akses UMKM yang dekat dengan konsumen, fleksibilitas oprasional dan kemampuan untuk fokus di sektor yang lebih spesifik, yang selanjutnya diperkenalkan oleh badan ekonomi internasional dan mulai dicoba untuk diterapkan di negara berkembang.

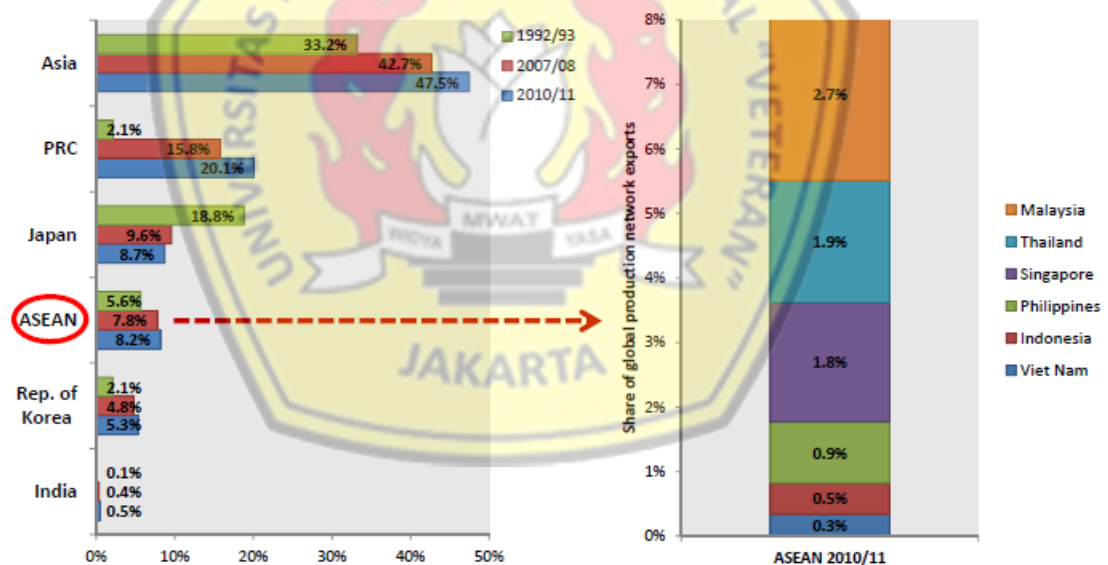
Perkembangan sektor UMKM yang semakin hari semakin pesat ini rupanya mendapat perhatian serius dari badan-badan perekonian internasional yang kemudian membawa pembahasan terkait upaya pengembangan sektor UMKM ini ke tahap yang lebih serius. Melalui pertemuan-pertemuan yang digelar oleh beberapa badan ekonomi internasional yang memfokuskan pada upaya pengembangan sektor UMKM seperti WTO (*World Trade Organization*) dan IMF (*International Monetary Fund*), dibahas beberapa hal terkait perkembangan sektor UMKM secara global. Pembahasan terkait peluang serta tantangan bagi sektor UMKM dalam aktivitas perekonomian dunia seperti bagaimana interaksi para pelaku UMKM nantinya dapat berjalan dinamis tanpa perlu mengkhawatirkan intervensi dari aktor swasta (perusahaan multinasional dst.) dan juga dibentuklah seperangkat sistem yang dimaksudkan untuk mempermudah aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM. Seperangkat sistem yang dimaksud dapat berupa regulasi dasar mengenai bantuan modal, kemudahan dalam birokrasi ekonomi serta masalah ketenagakerjaan (buruh).

Sektor UMKM mampu mencuri perhatian masyarakat internasional dengan begitu cepat. Selain keberpihakannya kepada golongan masyarakat yang besar, sektor UMKM juga menjanjikan pasar yang lebih luas, lapangan pekerjaan yang lebih banyak dan tentunya laba besar. Entitas global pun menyadari akan potensi yang dimiliki sektor UMKM, khususnya bagi negara-negara berkembang yang mana sangat mengedepankan sektor ekonomi kemasyarakatan. Kesadaran ini pun membawa sektor UMKM menjadi kajian utama dalam beberapa pertemuan kelas internasional. Baik itu yang diselenggarakan langsung oleh WTO, IMF ataupun organisasi regional seperti *European Union (EU)* atau *Asia-Pacific Economy Community (APEC)*. Pada bahasan awal, WTO menganggap sektor UMKM memiliki pengaruh yang sangat besar bagi negara berkembang. Pemahaman mengenai sektor UMKM yang mudah beradaptasi dengan lingkungan ekonomi internasional rupanya juga telah membawa UMKM sebagai bahasan utama dalam forum yang digelar oleh APEC.

Kawasan Asia merupakan salah satu regional yang menjadikan sektor UMKM sebagai *backbone* perekonomian di kawasan tersebut. Selain karena faktor rata-rata negara yang berada di kawasan Asia merupakan negara berkembang, di saat yang bersamaan juga terdapat negara dengan kekuatan ekonomi yang luar biasa berpotensi seperti Cina, Jepang dan Thailand. Keanekaragaman inilah yang menjadikan kawasan Asia sebagai pasar potensial baik itu secara inter-regional maupun ekstra regional (WTO Reports 2010, hlm.2). Dalam pembahasan di forum internasional, pengaplikasian *Global Value Chains (GVCs)* atau rantai nilai global dirasa pas untuk membantu pengembangan sektor UMKM. Konsep GVCs yang meliputi keseluruhan tahapan kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau jasa mulai dari konsepsi, kemudian melalui tahapan-tahapan produksi, seterusnya penyerahan produk kepada konsumen akhir dan, terakhir, pembuangan / daur ulang setelah penggunaan dirasa pas dengan profil UMKM. GVCs memastikan bahwa kegiatan produksi UMKM tidak terpatok hanya kepada barang jadi saja, namun serangkaian proses mulai dari kegiatan produksi sampai barang jadi, bahkan ketika barang selesai digunakan pun masih dapat dimanfaatkan. Hal ini tentunya akan menciptakan suatu rantai nilai yang

tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga dapat berpengaruh positif pada hal lain salah satunya terkait limbah produksi yang akan otomatis berkurang.

Pengaplikasian GVCs guna pengembangan sektor UMKM khususnya di kawasan Asia semakin dikembangkan. Dalam forum APEC sejak tahun 1995 sudah dibahas mengenai keseriusan setiap negara di kawasan Asia Pasifik untuk menjadikan UMKM sebagai salah satu *Leading Sector* dalam upaya pengembangan perekonomian regional. Pada awal tahun 2012 atau paska kisis global, APEC membahas kelanjutan dari pengembangan UMKM yang direncanakan akan lebih spesifik. Realisasi dari rencana tersebut dimuat dalam *bluprint* kesepakatan para anggota APEC periode 2013-2016. Dalam penyusunan *bluprint* tersebut, APEC mengikutsertakan *Asian Development Bank Institute* (ADBI) guna memberikan laporan terkait pemetaan potensi ekonomi di kawasan Asia, dan berikut merupakan laporan perkembangan ekonomi di kawasan Asia;



Sumber: Asia Central Bank Annual Report, 2012

Gambar 1 Laporan Asia Central Bank terkait potensi ekonomi di kawasan Asia

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa secara garis besar pertumbuhan ekonomi kawasan Asia berkembang pesat dari tahun 1992 sampai tahun 2012. Secara lebih spesifik, kawasan Asia Tenggara menjadi sub-regional dari kawasan

Asia yang memiliki potensi ekonomi cukup kuat, khususnya dalam aktivitas produksi ekspor global. Dalam pembagiannya, Malaysia menduduki posisi tertinggi dari segi pendapatan negara dari interaksi ekspor sebesar 2,7%, disusul oleh Thailand, Singapore, Philippina, Indonesia dan Vietnam. Orientasi ekonomi ke-6 negara tersebut adalah ekonomi berbasis kemasyarakatan, dan UMKM adalah salah satu sektor utama yang mewarnai aktivitas ekspor di ke-6 negara tersebut. ADBI melaporkan bahwa para pelaku UMKM di masing-masing negara tersebut sudah mampu mengeksport barang hasil produksi mereka sehingga kontribusi terhadap pendapatan negara terbilang besar. Perkembangan perekonomian di kawasan ASEAN tidak terlepas dari beberapa faktor. Selain sektor UMKM yang menjadi *Leading Sector* di hampir semua negara di kawasan Asia tenggara, faktor *production networks* serta ketenagakerjaan menjadi faktor lain yang memperkuat perekonomian regional di kawasan Asia tenggara.

Lebih lanjut, permasalahan pengembangan Ekonomi dan Industri kreatif dibahas pada pertemuan WTO ke-9 di Bali pada 2013 yang mana menghasilkan Paket Bali dimana didalamnya terdapat salah satu kesepakatan yang berisi pemberian bantuan kepada negara berkembang berupa fasilitasi pengembangan UMKM di negaranya, khususnya pada sektor yang berbasis non-migas seperti pertanian dst. Dalam paket Bali juga disebutkan bahwa segala hambatan yang bersifat peraturan, bahkan didalamnya termasuk peraturan mengenai hak kekayaan industrial, diharapkan dapat dihapus sehingga upaya pengembangan secara maksimal dapat dilakukan oleh negara-negara berkembang.

Pasca paket Bali ditetapkan, pada Mei 2014 dalam pertemuan ke-20 APEC *Ministers Responsible for Trade* (MRT), di Qingdao, RRT, dibahas lebih lanjut mengenai kerjasama APEC dengan isu utama yang dibahas antara lain, yakni tindak lanjut KTM WTO ke-9 di Bali; Integrasi ekonomi regional APEC; Pembangunan, reformasi dan pertumbuhan yang inovatif; dan penguatan konektivitas dan pembangunan infrastruktur. Indonesia menekankan bahwa tindak lanjut KTM ke-9 Bali sebaiknya tidak hanya ditekankan pada Perjanjian Fasilitasi Perdagangan, namun perlu menekankan kesepakatan Bali lainnya, seperti terkait isu pertanian, isu pembangunan, serta tindak lanjut kepentingan negara kurang berkembang.

Dalam pertemuan tersebut, secara khusus dibahas sejumlah isu dalam upaya mendorong agenda interaksi ekonomi menuju Bogor Golas 2020 terkait gagasan *Free Trade Area of the Asia-Pacific (FTAAP)* dan *Global Value Chains (GVCs)*. Secara khusus, gagasan GVCs sebagai fenomena perdagangan dunia, perlu disikapi negara-negara ASEAN dengan reformasi struktural, pertumbuhan inovatif dan inklusif, *Ocean-related economy*, peranan UMKM, dan kerjasama konektivitas APEC sehingga dapat lebih berperan dalam GVCs.

Jika dilihat dari data statistik perdagangan internasional (WTO Report of SMEs 2011, hlm.3) dapat dijelaskan bahwa kontribusi UMKM dalam pasar internasional masih rendah (indikator tingkat ekspor), yaitu sebesar hanya 15% (nilai total untuk UMKM). Selanjutnya nilai tambah yang mampu dihasilkan dari UMKM juga terbilang relatif kecil antara 10-35%. Rendahnya nilai tambah dimungkinkan karena rendahnya penggunaan teknologi serta penjagaan kualitas dan mutu. Di sisi lain, UMKM memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian karena karakteristiknya yang padat tenaga kerja (*labour intensive*), sehingga secara ekonomi meningkatnya kinerja UMKM mampu meningkatkan multiplier ekonomi yang lebih baik karena penyerapan tenaga kerja yang meningkat. Sehingga pada akhirnya akan mendorong turunnya tingkat pengangguran, dan meningkatkan konsumsi masyarakat dan perputaran ekonomi.

Indonesia merupakan salah satu contoh negara yang banyak memiliki potensi dari sisi ketersediaan sumber daya alam maupun jumlah penduduknya. Perekonomian Indonesia akan memiliki dasar yang kuat jika dapat memaksimalkan ekonomi kerakyatan yang produktif dan berdaya saing tinggi. Salah satu faktor pembangunan ekonomi kerakyatan yang memegang peranan penting dan strategis di Indonesia adalah pengembangan UMKM itu sendiri. Kementerian Negara Koperasi dan UKM melaporkan bahwa pendapatan negara terbilang besar dari sektor UMKM namun tetap, sebesar 14% pendapatan UMKM Indonesia masih didominasi sektor MIGAS, sementara sektor ekonomi dan industri kreatif masih jauh dibawahnya.

Pemerintah Indonesia sendiri sesungguhnya telah memberikan dukungan dan perlindungan bagi UMKM melalui melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(Selanjutnya ditulis UU UMKM). Undang Undang tersebut adalah pembaharuan hukum terhadap pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang dahulu diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Namun dalam realitasnya, sistem ekonomi Indonesia telah menganut sistem ekonomi pasar, dimana peran negara semakin diperkecil dalam mengatur para pelaku ekonomi. Seperti halnya ketika Indonesia meratifikasi *General Agreement On Tariff and Trade* (GATT) atau pernyataan keikutsertaan dalam *World Trade Organization* (WTO). Ratifikasi tersebut disahkan melalui Undang undang Nomor 7 Tahun 1994.

Terlepas dari segala hambatan yang dihadapi, demi meningkatkan potensi UMKM lokal dalam interaksi rantai nilai global perlu disadari bahwa peran pemerintah sangatlah penting. Sebagai badan regulator pemerintah seharusnya mampu membaca potensi, memetakan kendala dan menjadikannya sebagai tantangan untuk berkembang. Orientasi pengembangan pasar pun harus diubah tidak harus terpaku pada sektor migas saja tetapi sektor Non-Migas seperti industri kreatif seharusnya juga menjadi perhatian pemerintah.

Salah satu sektor Non-migas yang memiliki potensi sehingga dirasa perlu mendapat perhatian dari pemerintah yakni Industri Gerabah dan Keramik nasional. Industri keramik dan gerabah telah memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung pembangunan nasional melalui penyediaan kebutuhan domestik, perolehan devisa dan penyerapan tenaga kerja. Industri keramik di Indonesia telah berkembang dengan baik selama lebih dari 30 tahun dan merupakan salah satu industri unggulan. Prospek industri keramik nasional dalam jangka panjang cukup baik seiring dengan pertumbuhan pasar dalam negeri yang terus meningkat, terutama untuk jenis ubin karena didukung oleh pertumbuhan pembangunan baik properti maupun perumahan. Indonesia juga telah berhasil menguasai pasar tingkat Asia Tenggara untuk kualitas keramiknya.

Dalam konferensi pengrajin keramik dan gerabah Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia juga dikatakan bahwa industri keramik Indonesia telah berhasil memberikan kontribusi dalam mengharumkan nama negara. Palsanya, pada akhir 2013 industri tersebut telah berhasil menduduki peringkat 6 dunia sebagai produsen terbaik untuk

keramik jenis furnitur setelah China, India, Italia, Brazil, dan Spanyol. Prestasi keramik unasional saat ini merupakan imbas dari meningkatnya permintaan infrastruktur dan industri bangunan. Kapasitas produksi ubin keramik mengalami kenaikan 20% dibandingkan tahun 2012. Sebagai ahli di bidang keramik, Dr. Ir. Aditianto Ramelan selaku perwakilan dari asosiasi pengrajin keramik dan gerabah menambahkan bahwa industri keramik ini sangat berpotensi jika didukung dengan bahan baku, teknologi, dan SDM. (Tabloid KEMENDAG XV, hlm.5).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi singkat yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah dari latar belakang diatas adalah **“Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam peningkatan peranan UMKM sektor non-migas studi kasus Keramik dan Gerabah pada aktivitas *Global Value Chains*?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan bagaimana geliat sektor UMKM Indonesia dalam aktivitas *Global Value Chains* dan sejauh mana GVCs memiliki pengaruh dalam upaya pengembangan sektor UMKM terhadap perekonomian Indonesia.
- b. Untuk menganalisis pentingnya merubah orientasi pemerintah yang pada awalnya hanya bergantung pada sektor MIGAS agar lebih memperhatikan potensi sektor lain yakni Non-Migas Klaster Keramik dan Gerabah
- c. Untuk menjelaskan upaya serta strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor UMKM lokal sektor Industri Kreatif klaster Keramik dan Gerabah

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

- a. Secara akademis, penelitian ini memberikan suatu informasi di dalam jurusan hubungan internasional untuk menambah wawasan dan

pengetahuan yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan internasional.

- b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi hubungan internasional mengenai kegiatan pengembangan sektor UMKM nasional dan penjelasan lebih khusus mengenai pengaruh rantai nilai global didalam upaya pengembangan tersebut.

I. 5 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian yang dilakukan penulis, terdapat beberapa referensi atau sumber lain yang penulis gunakan sebagai sumber tinjauan mengenai topik yang penulis bahas dalam penelitian. Beberapa sumber tersebut dapat memberikan kontribusi untuk penelitian penulis.

Pertama dalam penelitian yang berjudul ‘Pengembangan UMKM untuk meningkatkan potensi dalam negeri’ yang ditulis oleh Edy Suandi Hamid, Rektor Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta (Edy 2010, hlm.2). Penelitian ini menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Jumlah UMKM mencapai sekitar 99% dari populasi unit usaha, serta menampung lebih dari 92% jumlah tenaga kerja. Dari tingkat pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,0 persen, UMKM menyumbang laju pertumbuhan sekitar 3,0 persen, lebih tinggi dari pada laju pertumbuhan usaha besar. Dari data awal ini menunjukkan betapa strategisnya pengembangan koperasi dan UMKM.

Sektor UMKM telah terbukti tahan banting dalam menghadapi krisis, bahkan semakin menunjukkan perkembangan pesat. Diperkirakan pada 2011, sektor UMKM akan terus tumbuh sekira 25 persen. Berdasarkan survei HSBC, dari 51 juta usaha UMKM yang terdaftar, 37 persen di antaranya akan melakukan ekspansi usaha, 16 persen akan menambah jumlah karyawannya. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki efek multiplier yang cukup besar dalam

perekonomian nasional. Kurang-lebih 60 persen dari PDB saat ini berkaitan dengan sektor UMKM.

Sektor UMKM merupakan usaha yang tangguh di tengah krisis ekonomi. Saat ini sekitar 99% pelaku ekonomi mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang terus tumbuh secara signifikan dan menjadi sektor usaha yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional. UMKM makin tahan banting dan tetap optimistis di tengah krisis. Ketika terjadi krisis global pelaku UMKM tetap bergerak. Pemerintah telah memberikan upaya-upaya pemberdayaan berupa kebijakan, program dan kegiatan untuk semakin menguatkan sektor UMKM ini. Namun upaya pemberdayaan tersebut belum memberikan hasil yang maksimal dan membawa daya ungkit (*leverage*) yang kuat bagi para pelaku UMKM pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya.

Pada tahun 2011, kontribusi UMKM terhadap penciptaan devisa nasional melalui ekspor non migas mengalami peningkatan sebesar Rp. 40,75 triliun atau 28,49% yaitu dengan tercapainya angka sebesar Rp. 183,76 triliun atau 20,17% dari total nilai ekspor non migas nasional. Selanjutnya pada tahun 2010, kontribusi UMKM terhadap total PDB nasional adalah sebesar Rp. 1.165,26 triliun atau 58,33%. Kemudian pada tahun yang sama, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 90.896.270 orang atau 97,04% dari total penyerapan tenaga kerja yang ada. Jumlah ini meningkat sebesar 2,43% atau 2.156.526 orang dibandingkan tahun 2009 (BPS, 2012).

UMKM masih akan menjadi primadona bagi pengembangan ekonomi daerah di masa mendatang. Banyak program yang telah dijalankan untuk memberdayakan UMKM sejak hampir 10 tahun yang lalu, namun hasilnya sampai saat ini belum menggembirakan. Sehingga perlu dicarikan Model baru yang berbeda dengan yang sebelumnya agar UMKM tidak jalan di tempat. Dibutuhkan usaha-usaha strategis guna memberdayakan UMKM agar dapat menjadi penopang perekonomian lokal seperti yang terjadi di Jepang dan Taiwan. Oleh karena itu upaya mengembangkan dan memberdayakan UMKM agar hasil yang diperoleh memiliki *multiplier effect* yang tinggi menjadi sangat penting saat ini, khususnya dalam meningkatkan daya saing. Dengan daya saing itu diharapkan

bisa meningkatkan pendapatan UMKM, tidak tergilas perdagangan bebas, dan berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Kini UMKM memiliki peluang untuk terus berkembang. Perkembangan UMKM di Indonesia masih terhambat sejumlah persoalan. Beberapa hal yang masih menjadi penghambat dalam pengembangan UKM ditinjau dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal UKM, dimana penanganan masing-masing faktor harus bersinergi untuk memperoleh hasil yang maksimal, yaitu:

- a. Faktor Internal: merupakan masalah klasik dari UKM yaitu lemah dalam segi permodalan dan segi manajerial (kemampuan manajemen, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia);
- b. Faktor Eksternal: merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UKM, misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih antar institusi.

Kaitan jurnal pertama ini dengan skripsi penulis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sektor UMKM terhadap perkembangan ekonomi lokal. Data yang diambil dari jurnal pertama ini akan menunjukkan potensi UMKM Indonesia berdasarkan data dari kementerian terkait dan laporan-laporan.

Pada penelitian kedua yang berjudul 'Membuat Rantai Nilai Global lebih memihak kepada masyarakat' yang diterbitkan oleh *Australian Centre for International Agricultural Research* memaparkan ide tentang rantai nilai merupakan ide yang cukup intuitif. Istilah rantai nilai mengacu pada serangkaian kegiatan yang diperlukan untuk menghadirkan suatu produk (atau jasa) dimulai dari tahap konseptual, dilanjutkan dengan beberapa tahap produksi, hingga pengiriman ke konsumen akhir dan pemusnahan setelah penggunaannya (Morris 2001, hlm.45). Rantai nilai terbentuk ketika semua pelaku dalam rantai tersebut bekerja sedemikian rupa sehingga memaksimalkan terbentuknya nilai sepanjang rantai tersebut.

Definisi tersebut dapat ditafsirkan secara sempit maupun luas. Pada definisi dalam arti sempit, suatu rantai nilai mencakup serangkaian kegiatan yang dilakukan di dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan keluaran tertentu. Kegiatan ini mencakup tahap pembuatan konsep dan perancangan, proses

diperolehnya input/sarana produksi, proses produksi, kegiatan pemasaran dan distribusi, serta kinerja layanan purna jual. Seluruh kegiatan tersebut membentuk keseluruhan 'rantai' yang menghubungkan produsen dan konsumen, dan tiap kegiatan menambahkan 'nilai' pada produk akhir. Misalnya, adanya layanan purna jual dan perbaikan di suatu perusahaan telepon genggam meningkatkan nilai produk secara keseluruhan karena konsumen mungkin akan bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan telepon genggam yang menawarkan layanan purna jual yang baik. Hal serupa juga berlaku bagi produk hasil rancangan inovatif atau hasil dari produksi yang dikontrol secara ketat. Misalnya, pada usaha agribisnis, sistem yang tepat untuk menyimpan bahan baku segar (misalnya, buah-buahan) akan secara positif berdampak pada kualitas produk akhir, dan dengan demikian akan meningkatkan nilai produk tersebut.

Definisi rantai nilai berdasarkan pendekatan yang luas melihat berbagai kegiatan kompleks yang dilakukan oleh berbagai pelaku (produsen utama, pengolah, pedagang, penyedia jasa) untuk membawa bahan baku melalui suatu rantai hingga menjadi produk akhir yang dijual. Rantai nilai yang 'luas' ini dimulai dari sistem produksi bahan baku yang akan terus terkait dengan kegiatan usaha lainnya dalam perdagangan, perakitan, pengolahan, dan lain-lain. Pendekatan luas ini tidak hanya melihat pada kegiatan yang dilakukan oleh satu usaha. Pendekatan ini justru mencakup semua hubungan baik yang bergerak maju ataupun mundur, sampai ketika bahan baku produksi tersebut akhirnya terhubung dengan konsumen akhir. Pada bagian selanjutnya dalam buku pegangan ini, istilah 'rantai nilai' secara eksklusif hanya akan mengacu pada definisi secara luas.

Konsep rantai nilai mencakup isu-isu organisasi dan koordinasi, strategi, dan hubungan kekuatan antara berbagai pelaku di dalam rantai nilai. Isu-isu tersebut serta berbagai isi relevan lainnya akan didiskusikan dalam buku pegangan ini. Untuk saat ini, penting untuk memahami bahwa analisis rantai nilai membutuhkan investigasi menyeluruh atas segala hal yang terjadi antara para pelaku dalam suatu rantai, hal-hal apa saja yang menyatukan para pelaku tersebut, informasi apa yang dibagikan, serta bagaimana hubungan antara para pelaku berubah dan berkembang. Selain itu, ide tentang rantai nilai dikaitkan dengan

konsep tata kelola, yang merupakan hal yang amat penting bagi para peneliti yang tertarik dengan aspek sosial maupun lingkungan dalam analisis rantai nilai.

Terbentuknya (atau berubah dan berkembangnya) rantai nilai dapat memberikan tekanan terhadap sumber daya alam (seperti misalnya air atau tanah) yang dapat mengakibatkan degradasi tanah, hilangnya keanekaragaman hayati, atau polusi. Selain itu, perkembangan rantai nilai dapat mempengaruhi hubungan sosial dan norma-norma tradisional. Misalnya, hubungan kekuasaan di dalam rumah tangga atau masyarakat dapat mengalami perubahan, atau kelompok masyarakat yang rentan atau yang paling miskin dapat mengalami dampak negatif yang diakibatkan oleh cara kerja pihak yang terlibat dalam rantai nilai. Kekhawatiran semacam ini amat relevan bagi rantai nilai pertanian karena rantai nilai pertanian amat tergantung pada sumber daya lingkungan. Selain itu, sektor pertanian seringkali dicirikan oleh adanya norma sosial yang tradisional. Terakhir, karena banyaknya jumlah kaum miskin di sektor pertanian, kerangka rantai nilai dapat digunakan untuk membuat kesimpulan tentang partisipasi kaum miskin serta potensi dampak pengembangan rantai nilai terhadap pengurangan kemiskinan.

Kaitan jurnal ke-2 dengan penelitian penulis adalah pertama, untuk memberikan gambaran apa itu rantai nilai, bagaimana sistemnya dan apa dampaknya terhadap perekonomian suatu negara. Dan juga jurnal ini menjelaskan tentang hubungan rantai nilai dengan upaya untuk memajukan sektor UMKM Indonesia. Bagaimana pada akhirnya, rantai nilai dapat menjanjikan hal yang positif terhadap sektor UMKM Indonesia.

Dalam penelitian ketiga yang berjudul 'Strategi Pemberdayaan Sektor UMKM Menghadapi Perkembangan Pasar Global' oleh Rina Widjayanti. Dasar pemikiran dari penelitian ini adalah mencoba menganalisis belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan UMKM. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi.

Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Hanim, 2002, hlm.9).

Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap. Hal ini terjadi karena umumnya UMKM bersifat income gathering yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri sebagai berikut: merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto 2011, hlm.19).

Pada tahun 2011 UMKM mampu berandil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9 persen pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak, yang diuraikan sebagai berikut : sektor usaha mikro menyumbang 36,28 persen PDB, sektor usaha kecil 10,9 persen, dan sektor usaha menengah 14,7 persen melalui pembayaran pajak. Sementara itu, sektor usaha besar hanya menyumbang 38,1 persen PDB melalui pembayaran pajak (BPS, 2011). Sebagian besar (hampir 99 persen), UMKM di Indonesia adalah usaha mikro di sektor informal dan pada umumnya menggunakan bahan baku lokal dengan pasar lokal. Itulah sebabnya tidak terpengaruh secara langsung oleh krisis global.

Laporan *World Economic Forum* (WEF) 2010 menempatkan pasar Indonesia pada ranking ke-15. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi negara lain. Potensi ini yang belum dimanfaatkan oleh UMKM secara maksimal. Perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap

produk impor. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain.

Permasalahan lain yang dihadapi UMKM, yaitu adanya liberalisasi perdagangan, seperti pemberlakuan ASEAN- *China Free Trade Area* (ACFTA) yang secara efektif telah berlaku sejak tahun 2010. Disisi lain, Pemerintah telah menyetujui perjanjian kerja sama ACFTA ataupun perjanjian lainnya, namun tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu kesiapan UMKM agar mampu bersaing. Sebagai contoh kesiapan kualitas produk, harga yang kurang bersaing, kesiapan pasar dan kurang jelasnya peta produk impor sehingga positioning persaingan lebih jelas. Kondisi ini akan lebih berat dihadapi UMKM Indonesia pada saat diberlakukannya *ASEAN Community* yang direncanakan tahun 2015. Apabila kondisi ini dibiarkan, UMKM yang disebut mampu bertahan hidup dan tahan banting pada akhirnya akan bangkrut juga. Oleh karena itu, dalam upaya memperkuat UMKM sebagai fundamental ekonomi nasional, perlu kiranya diciptakan iklim investasi domestik yang kondusif dalam upaya penguatan pasar dalam negeri agar UMKM dapat menjadi penyangga (*buffer*) perekonomian nasional. Masalah lain yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UMKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya informasi pasar (Ishak 2005, hlm.31). Hal tersebut menjadi kendala dalam hal memasarkan produk-produknya, karena dengan terbatasnya akses informasi pasar yang mengakibatkan rendahnya orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global.

Miskinnya informasi mengenai pasar tersebut, menjadikan UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan fokus, sehingga perkembangannya mengalami stagnasi. Kemampuan UMKM dalam menghadapi terpaan arus persaingan global memang perlu dipikirkan lebih lanjut agar tetap

mampu bertahan demi kestabilan perekonomian Indonesia. Selain itu faktor sumber daya manusia di dalamnya juga memiliki andil tersendiri. Strategi pengembangan UMKM untuk tetap bertahan dapat dilakukan dengan peningkatan daya saing dan pengembangan sumber daya manusianya agar memiliki nilai dan mampu bertahan menghadapi pasar ACFTA, diantaranya melalui penyaluran perkreditan (KUR), penyediaan akses informasi pemasaran, pelatihan lembaga keuangan mikro melalui *capacity building*, dan pengembangan *information technology* (IT). Demikian juga upaya-upaya lainnya dapat dilakukan melalui kampanye cinta produk dalam negeri serta memberikan suntikan pendanaan pada lembaga keuangan mikro. Keuangan mikro telah menjadi suatu wacana global yang diyakini oleh banyak pihak menjadi metode untuk mengatasi kemiskinan. Berbagai lembaga multilateral dan bilateral mengembangkan keuangan mikro dalam berbagai program kerjasama. Pemerintah di beberapa negara berkembang juga telah mencoba mengembangkan keuangan mikro pada berbagai program pembangunan. Lembaga swadaya masyarakat juga tidak ketinggalan untuk turut berperan dalam aplikasi keuangan mikro (Prabowo & Wardoyo 2003, hlm.13).

Kaitan jurnal ke-3 dengan penelitian penulis adalah untuk memberikan gambaran lebih lanjut bagaimana interaksi UMKM selama ini dipasar global dan apakah ada implikasi besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jurnal ini juga membahas tentang beberapa strategi yang dapat diaplikasikan oleh pemerintah Indonesia dalam upaya mengembangkan potensi sektor UMKM Indonesia dalam menghadapi pasar global.

I. 6 Kerangka Pemikiran

I.6.1 Teori Liberalisasi Pasar

Pada konsep dasarnya, Liberalisme pasar didorong oleh adanya *comparative advantage* dimana produk di suatu negara tidak dapat diproduksi negara lain dan *competitive advantage* dimana negara dapat mengambil keuntungan dari spesialisasi produk yang memiliki *opportunity cost* lebih kecil dari negara mitra dagangnya. Perdagangan internasional juga menguntungkan baik bagi produsen maupun konsumen, dimana adanya keuntungan dari *economic of scale* yaitu penurunan *average fixed cost* dari produksi dalam jumlah yang besar serta

spesialisasi produk yang membuat pilihan produk menjadi beragam (Steven 2007, hlm.22).

Adanya hambatan atas barang impor untuk memproteksi industri UMKM dalam negeri baik tarif ataupun kuota, telah membuat distorsi terhadap harga pasar internasional baik produk lokal maupun impor. Terdapat penurunan *consumer surplus* dimana untuk kuantitas yang sama, konsumen harus membayar lebih mahal. Berdasarkan analisa makroekonomi, walaupun terdapat *producer surplus* dari kenaikan harga pasar global dan *tax revenue* buat pemerintah, namun jumlahnya lebih kecil daripada penurunan consumer surplus. Hal inilah yang menjadi *net loss* bagi seluruh masyarakat. Atas dasar itulah, terdapat gagasan untuk melakukan liberalisasi perdagangan (*free trade*) dimana tarif diminimalkan bahkan dihapuskan untuk meningkatkan consumer surplus. Peningkatan consumer surplus ini dapat meningkatkan investasi maupun pajak penghasilan serta memperbesar volume perdagangan.

Penghapusan tarif yang berlaku selama ini didasari atas *free trade agreement* antar negara maupun antar beberapa negara. Namun karena hanya beberapa negara saja yang menyepakati penghapusan tarif maka pasar masih belum seefisien dan senetral mungkin membentuk harga. Kemungkinan negara dengan biaya produksi tinggi bebas tarif namun adanya negara dengan biaya produksi rendah namun terkena tarif karena tidak terlibat dalam *free trade agreement* dapat menyebabkan *trade diversion* (pengalihan perhatian konsumen). Hal ini dapat menyebabkan *potential loss* bagi *consumer surplus* karena seharusnya konsumen dapat membayar dengan harga yang lebih murah. Karena itu perlu adanya penetapan tarif bersama yang lebih global agar tercipta pasar yang lebih efisien.

Kebijakan perdagangan di Indonesia pada awal tahun 1980-an, Indonesia mulai keluar dari cangkangnya untuk membuka diri dan terlibat dalam perekonomian global. Setelah sekian lama berlindung dan bergantung terhadap pendapatan minyak dan gas yang melimpah ruah, Indonesia segera mencari alternatif pendapatan negara sejak redamnya masa oil boom sehingga fokus harus dialihkan pada pengembangan pundi-pundi dari sektor non-migas (sektor selain minyak bumi dan gas).

Oleh karenanya, pemerintah Indonesia berinisiatif untuk melakukan reformasi kebijakan perdagangan, mulai dari pengurangan hambatan perdagangan non-tarif secara bertahap hingga penurunan tingkat tarif mencapai 0% di beberapa sektor. Semua tingkat perjanjian perdagangan pun ditindaklanjuti, baik di tingkat multilateral, regional, serta bilateral. Tak ketinggalan, deregulasi berbagai peraturan perdagangan pun dilakukan demi meminimalisasi peluang korupsi di tataran birokrat.

Berbagai langkah yang dilakukan dalam masa reformasi ini tentu mengubah strategi dan orientasi kebijakan perdagangan Indonesia. Dari yang sebelumnya menganut strategi substitusi impor menjadi orientasi ekspor sehingga kebijakan proteksi demi melindungi kepentingan industri domestik mulai dicabut untuk menempa para pelaku industri dalam ketatnya persaingan yang semakin bergulir. Keadaan yang semakin kompetitif memaksa industri sektor non-migas untuk terpompa semangatnya dalam memproduksi secara efisien dan efektif. Tidak larut dalam berbagai pengecualian yang sempat memanjakan sekaligus melemahkan daya saing.

Maka, dengan semakin liberalnya kondisi perdagangan di Indonesia seakan memiliki dua mata pisau. Tentunya, para pembuat kebijakan berharap agar reformasi kebijakan ini mampu mendorong industri domestik terutama sektor non-migas untuk berkembang, meningkatkan kualitasnya, dan keefisienan produksinya dalam menghadapi persaingan. Selain itu, liberalisasi perdagangan juga dapat memperluas pangsa pasar pelaku industri hingga ke mancanegara. Apalagi jika produk yang dihasilkan merupakan hasil dari inovasi yang masih lambat direspon oleh pangsa pasar dalam negeri, tentunya ini menjadi peluang. Namun, akan menjadi tantangan jika seluruh elemen pemerintah dan institusi terkait belum bisa mendukung kondisi yang juga menyebabkan gempuran barang-barang impor mengalir deras tanpa hambatan. Malah akan memosisikan produk-produk buatan dalam negeri tidak akan menjadi tuan di negerinya sendiri.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, pembagian kalsifikasi UMKM dibagi berdasarkan besarnya omzet yang dimiliki dengan rincian sebagai berikut:

- a. UMKM memiliki potensi bagi pertumbuhan perekonomian nasional dengan pembentukan nilai PDB menurut harga berlaku mencapai 57,12% pada tahun 2010 dan meningkat menjadi 57,94% di tahun 2011, melampaui nilai PDB yang bisa dibentuk Usaha Besar (UB). Tentunya, hal ini bisa dicapai karena ditunjang dari pertumbuhan jumlah UMKM yang pesat dari tahun ke tahun dengan penyerapan tenaga kerja mencapai biasanya mencapai >90% dari total tenaga kerja Indonesia dengan dominasi anak muda dan wanita.
- b. Dengan berbagai potensinya bagi perekonomian nasional, sayangnya UMKM masih memiliki berbagai kendala sehingga pembentukan nilai ekspor UMKM di Indonesia tidak menjulang tinggi dalam tampilan grafik. Secara proporsi, UMKM hanya mampu menyumbang sebesar 16.44% dari total nilai ekspor non-migas jika dibandingkan dengan UB.
- c. Daya saing UMKM Indonesia jika dilihat dari performa ekspornya di pangsa pasar internasional juga kalah jauh dengan negara berkembang lainnya di Asia terutama dengan China dan India. Oleh sebab itu, UMKM perlu mendapat perhatian lebih untuk ditingkatkan daya saingnya supaya tidak tergerus oleh liberalisasi perdagangan yang tak terelakkan. Jika tidak, maka tingkat pengangguran di Indonesia akan melambung tinggi dan laju pertumbuhan ekonomi akan melambat.

Kendala utama yang dihadapi UMKM sehingga pembentukan nilai ekspornya sangat rendah disebabkan oleh teknologi yang belum mumpuni untuk menunjang produktivitas, rendahnya keahlian tenaga kerja, kurangnya pengetahuan mengenai pasar dan strategi bisnis global, dan keterbatasan dalam mengakses modal.

Pengetahuan pemasaran yang kurang memadai mengakibatkan para pelaku UMKM tidak melakukan kegiatan secara ekspor secara mandiri melainkan menggunakan jasa pihak ketiga untuk melakukan ekspor. Hal ini untuk sementara bisa diatasi dengan menjadikan pelaku UMKM supplier bagi perusahaan besar dan perusahaan asing dalam negeri yang memiliki jaringan internasional sehingga mereka terlatih dalam membentuk jaringan. Namun, manfaat untuk jangka

panjang, pemerintah dan institusi terkait perlu mengadakan pelatihan guna meningkatkan kemampuan pemasaran secara internasional tersebut.

1.6.2 Teori Peran

Teori peran merupakan sudut pandang dalam sosiologi dan psikologi sosial yang menganggap sebagian besar aktivitas harian diperankan oleh kategori-kategori yang ditetapkan secara sosial misalnya ibu, manajer, guru. Setiap peran sosial adalah serangkaian hak, kewajiban, harapan, norma, dan perilaku seseorang yang harus dihadapi dan dipenuhi. Model ini didasarkan pada pengamatan bahwa orang-orang bertindak dengan cara yang dapat diprediksikan, dan bahwa kelakuan seseorang bergantung pada konteksnya, berdasarkan posisi sosial dan faktor-faktor lain. Teater adalah metafora yang sering digunakan untuk mendeskripsikan teori peran.

Teori peran sangat berkaitan erat dengan aktivitas sosialisasi. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (role theory). Walau Park menjelaskan dampak masyarakat atas perilaku kita dalam hubungannya dengan peran, namun jauh sebelumnya Robert Linton (1936), seorang antropolog, telah mengembangkan teori peran. Teori peran menggambarkan interaksi sosial dalam terminologi, aktor-aktor yang bermain sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh budaya. Sesuai dengan teori ini harapan-harapan peran merupakan pemahaman bersama yang menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut teori ini masyarakat yang dibarengi dengan yang namanya pemahaman tentang peran-peran secara otomatis akan lebih paham dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, karena segala sesuatu yang diajarkan dengan peran adalah salah satu faktor utama dalam mencapai kepuasan tersendiri bagi individu untuk menjalankan sebuah fungsi.

Hal ini dikaitkan dengan bagaimana seorang individu atau masyarakat memahami apa yang dilakukan oleh agen sosialisasi. Oleh karena itu diperlukan peran yang aktif dalam proses pensosialisasian atas individu atau masyarakat agar tercapai keinginan yang disepakati.

Menurut teori peran dalam kajiannya terhadap hubungan antar manusia ini, sebenarnya dalam pergaulan sosial itu sudah ada skenario atau peran-peran yang telah disusun oleh masyarakat, yang mengatur apa dan bagaimana peran setiap orang dalam pergaulannya. Dalam kasus penulis, bagaimana organisasi internasional memiliki sinergi dengan entitas global khususnya terkait aktivitas pasar, baik itu oleh para pelaku atau konsumen. Dalam aktivitas tersebut terlihat adanya pembagian tugas yang jelas berdasarkan fungsi dan peran nya masing masing.

Kemudian sama halnya dengan kehidupan perpolitikan antar negara atau dalam dunia internasional, dapat kita lihat dari teori peran yang didasarkan pada analisis politik. Pemikiran John Wahlke, tentang teori peran memiliki dua kemampuan yang berguna bagi analisis politik. Ia membedakan peran berdasarkan pada aktor yang memainkan peranan tersebut, yaitu peran yang dimainkan oleh aktor politik dan peran oleh suatu badan atau institusi. Secara lebih lanjut dijelaskan bahwa aktor politik umumnya berusaha menyesuaikan tindakannya dengan norma-norma perilaku yang berlaku dalam peran yang dijalankannya (John 1994, hlm.11). Sedangkan ia mendeskripsikan peranan institusi secara behavioral, dimana model teori peran menunjukkan segi-segi perilaku yang membuat suatu kegiatan sebagai institusi. Kerangka berpikir teori peran juga memandang individu sebagai seorang yang bergantung dan bereaksi terhadap perilaku orang lain.

1.6.3 Konsep UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor

- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Teori Pemasaran Sebagaimana kita ketahui bahwa kegiatan pemasaran berbeda dengan penjualan, transaksi ataupun perdagangan. Pemasaran sebagai pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai (American Marketing Association, 1960). Definisi ini hanya memberikan penjelasan mengenai aspek distribusi daripada kegiatan pemasaran. Sedangkan fungsi-fungsi lain tidak diperlihatkan, sehingga kita tidak memperoleh gambaran yang jelas dan lengkap tentang pemasaran. Sedangkan definisi lain yang mengartikan pemasaran secara lebih luas, bahwa Pemasaran adalah suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya (Philip 1998, hlm.7).

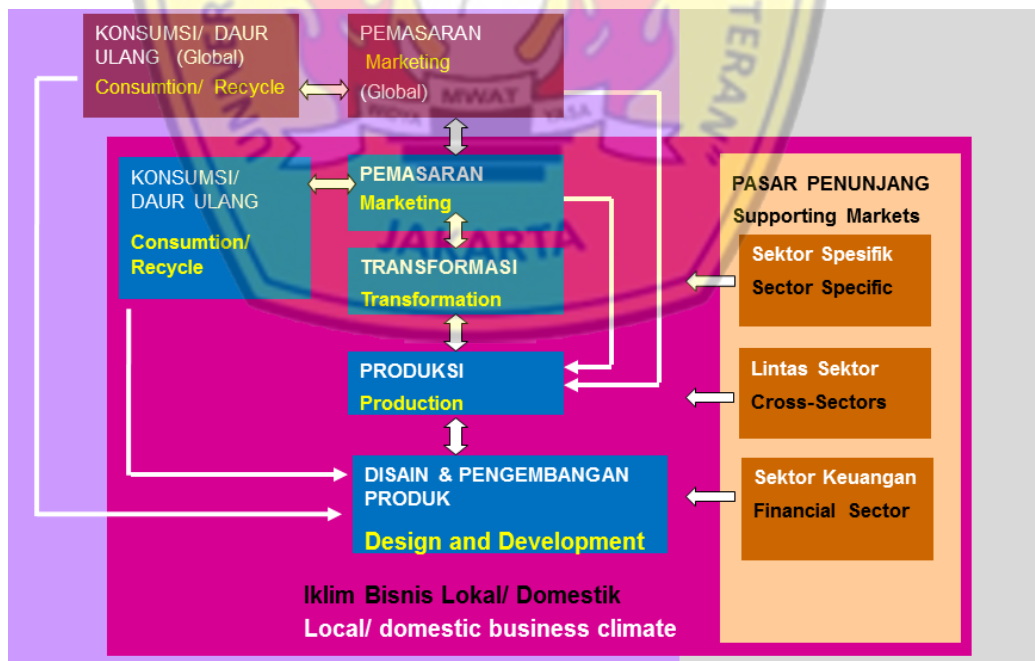
Sasaran pasar selama ini terlihat gejala semakin banyak perusahaan memilih pasar sasaran yang akan dituju, keadaan ini dikarenakan mereka menyadari bahwa pada dasarnya mereka tidak dapat melayani seluruh pelanggan dalam pasar tersebut. Terlalu banyaknya pelanggan dan tersebar diberbagai daerah, serta bervariasi dalam tuntutan kebutuhan dan keinginannya. Jadi arti dari pasar sasaran adalah sebuah pasar terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin maupun mampu untuk ambil bagian dalam jual beli, guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Karena konsumen yang terlalu heterogen itulah maka perusahaan perlu mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai sasaran. Dengan adanya hal ini, maka perusahaan terbantu untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik, dengan demikian perusahaan dapat mengembangkan produk yang tepat, dapat menentukan saluran distribusi dan periklanan yang sesuai dan efisien serta mampu menyesuaikan harga bagi barang atau jasa yang ditawarkan bagi setiap target pasar. Pasar sasaran (*Target Market*) adalah sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus menjadi sasaran usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan. Dalam menerapkan pasar sasaran,

terdapat tiga langkah pokok yang harus diperhatikan, yaitu: Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran dan Penempatan Produk.

I.6.4 Rantai Nilai Global (*Global Value Chains*)

Definisi standar mengenai rantai nilai global di gambarkan sebagai serangkaian aktivitas penuh yang saling terhubung mulai dari ide dasar, pembuatan model, proses produksi, pengolahan bahan mentah, pemasaran, distribusi sampai barang tersebut sampai di tangan konsumen. Serangkaian proses ini tidak terpecah oleh batasan negara, dan aktor yang terlibat didalamnya pun bukan hanya produsen tetapi jugaburuh.

Dalam konsep yang lebih spesifik dijelaskan bahwa dalam sistem rantai nilai, para pelaku usaha dituntut untuk memaksimalkan kearifan lokal dengan penerapan mutu dan standar internasional. Hal ini bertujuan untuk melalui rantai nilai global, penciptaan pasar dapat berlangsung secara maksimal dan disaat yang bersamaan potensi lokal dapat ditingkatkan, seperti membuka lapangan pekerjaan baru dan pemanfaatan potensi berupa sumber daya lokal.



Sumber: Asia Economic Bank, 2014

Gambar 2 Alur rantai nilai global

Berdasarkan alur diatas, dapat dilihat serangkaian proses di dalam sistem rantai nilai global. Tiap-tiap proses dalam alur tersebut diharapkan dapat menghasilkan *outcome* positif bagi setiap aktor yang berinteraksi didalamnya. Selain itu, dijelaskan pula bahwa dalam aktivitas rantai nilai, sektor keuangan dianggap menjadi faktor penunjang. Hal ini terjadi karna perusahaan berbasis masyarakat UMKM umumnya memiliki modal kecil sehingga bilamana ingin dicapai pasar yang lebih luas maka dibutuhkan suntukan dana baik itu yang bersifat subsidi pemerintah maupun bantuan dari para penanam modal.

Penelitian terakhir menunjukkan bahwa rantai nilai memiliki karakteristik yang beragam serta dampak yang bervariasi tergantung dari kondisi struktur ekonomi bisnis suatu negara. Terdapat beberapa aspek penting terkait pembagian karakteristik tersebut yakni;

- a. Upaya internasiliasi yang dilakukan perusahaan setempat.
- b. Melibatkan pemasok atau pelanggan kelas menengah dengan kategori rendahnya tingkat kemampuan sehingga membutuhkan bantuan lebih dari perusahaan yang secara finansial lebih mapan. Hal ini tidak hanya terkait bantuan dana saja, namun juga pelatihan dan pengawasan distribusi.
- c. Interaksi aktor utama perusahaan dengan para konsumen yang terjadi secara langsung namun tanpa kendali penuh pemerintah sehingga aktivitas yang terjadi berlangsung secara mandiri.
- d. Hubungan antara keterkaitan aktor utama dengan komoditas pasar. Bagaimana para pelaku usaha mampu membaca peluang pasar yang menjanjikan.

I.7 Alur Pemikiran



I.8 Asumsi Penelitian

Asumsi Penelitian adalah sebagai berikut;

- a. Aktivitas perekonomian global yang semakin aktif seharusnya tidak memposisikan para pelaku UMKM pada posisi terdesak oleh perusahaan multinasional. Dilihat dari potensi penciptaan pasar mandiri yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM.
- b. Sistem yang ditawarkan oleh rantai nilai global memungkinkan interaksi perekonomian yang berlangsung dapat menguntungkan berbagai pihak. Khususnya produsen dan pekerja. Selain itu dampak positif bagi perusahaan adalah kesempatan untuk berkembang juga sangat terbuka lebar.
- c. Potensi sektor UMKM yang dimiliki Indonesia seharusnya dapat maksimal. Mengingat kontribusi UMKM lokal yang sebetulnya dapat dimaksimalkan guna membantu pendapatan negara. Secara lebih lanjut, iklim perekonomian Asia Tenggara yang kompetitif seharusnya bukan menjadi halangan bagi para pelaku UMKM lokal untuk menciptakan pasar.

I.9 Metode Penelitian

I.9.1 Jenis Penelitian

Untuk menunjang penulisan ini, digunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yang jenis penelitiannya adalah deskriptif analitis yaitu dengan metode pengumpulan data. Data-data yang sudah terkumpul melalui seleksi dan pengelompokkan berdasarkan kebutuhan yang nantinya akan dianalisis. Analisis data ini dilakukan agar data yang telah diperoleh dari pengamatan yang dapat diartikan secara jelas.

Jenis penelitian yang akan dilakukan bersifat deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada secara sistematis, aktual dan akurat mengenai realita, kejadian serta hubungannya. Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif ini digunakan karena pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan-ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak peninjauan pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

I.9.2 Sumber Data

Untuk mendapatkan data dalam upaya pengumpulan data penelitian, maka dilakukan dengan menggunakan data dan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber yang terbagi dalam dua jenis, yaitu:

Data Primer: Sumber data yang digunakan yaitu berupa pernyataan resmi (wawancara), press realese dan dokumen resmi yang dikeluarkan oleh negara. Sumber data yang berupa pernyataan resmi (wawancara) yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan pemerintah Indonesia. Terdapat beberapa Kementerian dan pihak swasta yang terkait dengan proses penyelesaian masalah yang terdapat dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

- a. Departemen Pemerintah yang mengurus permasalahan aktivitas perdagangan dan ekonomi kreatif (Kementerian Perdagangan, Kementerian Ekonomi dan Industri Kreatif).

- b. Wawancara dengan pelaku UMKM lokal yang aktif dalam interaksi ekspor dan merasakan dampak atas interaksi pasar bebas tersebut.

Data Sekunder: Sumber data yang digunakan yaitu diperoleh dengan melakukan studi pustaka melalui buku-buku yang berhubungan dengan perdagangan internasional, buku panduan mengenai aktivitas *Global Value Chains* serta Data atau Laporan mengenai perkembangan UMKM Indonesia baik yang general (keseluruhan sektor) sampai yang secara khusus yakni sektor non-migas.

I.9.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kegiatan riset berupa hasil wawancara dan dokumen resmi yang dikeluarkan negara melalui kementerian terkait dan melalui studi kepustakaan (library research) yang diklasifikasikan dan dikumpulkan dari sejumlah literature. Data yang dikumpulkan berupa data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian dengan menggunakan beberapa sumber data baik data primer maupun sekunder. Untuk teknik pengumpulan data primer, dilakukan dengan cara melakukan kegiatan riset seperti wawancara dan pengumpulan dokumen resmi yang dikeluarkan negara yang didapat dari kementerian terkait.

Sementara itu, untuk teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi kepustakaan (library research) yang diklasifikasikan dan dikumpulkan dari sejumlah literature. Untuk data sekunder, penulis mengumpulkan data dan informasi dari buku mengenai teori ataupun artikel online dan website.

I.9.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah atau fenomena yang terjadi dalam penelitian bersifat deskriptif analisis. Sehingga suatu permasalahan di jelaskan berdasarkan fakta-fakta yang ada dan kemudian menghubungkan fakta yang ditemukan berdasarkan kerangka pemikiran yang digunakan. Analisis data dilakukan sesuai dengan kerangka pemikiran yang digunakan agar data yang diperoleh dari pengamatan dapat dijelaskan secara jelas. Data yang diperoleh dikumpulkan melalui studi kepustakaan serta wawancara

yang kemudian diklasifikasikan dan dikumpulkan untuk digunakan dalam proses penyusunan penelitian serta untuk menjawab pertanyaan penelitian.

I. 10 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, model analisis, asumsi, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II POSISI UMKM INDONESIA DALAM *GLOBAL VALUE CHAINS*

Bab ini akan membahas tentang bagaimana perkembangan UMKM Indonesia semenjak tahun 2011 sampai 2015. Sektor mana saja yang mendominasi aktivitas perekonomian sektor usaha mikro di Indonesia. Bab ini juga akan membahas kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan sektor UMKM Indonesia khususnya pada kerangka *Global Value Chains*.

BAB III UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PERAN UMKM INDONESIA SEKTOR NON-MIGAS

Bab ini akan membahas beberapa langkah-langkah konkret maupun yang masih dalam perencanaan yang dapat diambil oleh pemerintah Indonesia didalam upaya pengembangan UMKM Indonesia khususnya pada sektor Non-Migas. Serta penjabaran singkat mengenai tantangan yang akan dihadapi oleh UMKM Indonesia khususnya menghadapi pasar global yang semakin bersaing.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan berisi tentang kesimpulan dari penelitian ini sebagai bagian akhir dari penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian dan saran guna masukan terkait permasalahan tersebut.