

PELUANG DAN TANTANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Eka Dyah Setyaningsih

Program Studi Manajemen Administrasi
Akademi Sekretari dan Manajemen BSI Jakarta
eka.edy@bsi.ac.id

ABSTRACT

Nowadays we are already in the ASEAN economic community section that should always be aware of the opportunities and challenges that occur especially in the case of SMEs (Small Medium Micro Enterprises), which plays a major role in the development of economic growth in Indonesia as a developing country in Indonesia. The performance of SMEs in Indonesia still must be monitored because there is still debate among academics about whether the Indonesian SMEs can compete in export markets or at least survive at home against the competition of imported goods that come from abroad. The study was conducted for our SMEs in order to take all the opportunities and overcome the challenges that occur either from internal and external environment in a company engaged in the SME industry. Monitoring of the SMEs was conducted through the presence of several strategies that lead to bottom-up which focus on the development of SMEs as one measure of economic growth. Research method is descriptive analytical study outlining strategies for SMEs as a way out alternatives in running the ASEAN economic community who are always ready to face any challenges and opportunities from both internal and external factors. Data collection through literature study secondary data sourced from literature journal reports and other official information that supports research on SMEs. Results from this study any measures or program that can compete in the market of regional (ASEAN) and maintaining or retaining domestic products in the domestic market share by increasing number of goods imported into the country. Therefore to support this it is necessary to empower back all the centers of SMEs that had developed with government support through a number of policies regarding the feasibility of SMEs.

Keywords : Challenges Opportunities SME Strategy, ASEAN Economic Community

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha padat karya yang terdapat pada semua lokasi terutama di pedesaan dan bergantung pada bahan-bahan lokal dan menjadi penyedia utama barang dan jasa kebutuhan pokok masyarakat berpendapatan rendah atau miskin. Pada hampir semua negara yang sedang berkembang, pemerintah ikut berperan serta dalam skim-skim kredit bersubsidi untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Hal ini didukung oleh berbagai macam program kebijakan peraturan perundang-undangan yaitu UU UMKM No. 20 tahun 2008. Berdasarkan undang-undang tersebut maka telah dilakukan berbagai skim kredit bersubsidi dimulai dari Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP) pada dekade 1970-an hingga Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang diperkenalkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudoyono.

Seiring dengan adanya Undang undang mengenai UMKM, masih banyak studi data nasional yang menunjukkan kinerja UMKM di Indonesia masih relatif buruk dibandingkan dengan usaha besar dan negara maju. Kinerja UMKM ini dijadikan suatu perdebatan dikalangan akademis dan pembuat kebijakan, apakah UMKM Indonesia mampu bersaing di pasar ekspor atau masih bisa bertahan dipasar dalam negeri terhadap persaingan yang semakin ketat dengan barang-barang impor. Perdebatan ini masih berlanjut lagi dengan diberlakukannya perdagangan bebas ASEAN atau lebih di kenal dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN, yang mana suatu keadaan yang tidak ada hambatan terhadap arus barang dan jasa, manusia dan modal antara negara-negara anggota ASEAN.

Kepercayaan mengenai liberalisasi perdagangan antar negara akan memberikan

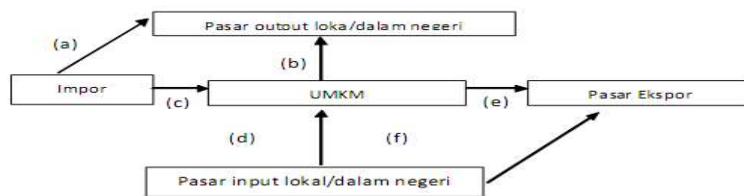
dampak positif dan negatif pada ekonomi dalam negeri maupun dunia secara keseluruhan. Liberalisasi perdagangan antar negara dapat memberikan dampak tersebut pada tingkat mikro atau pun makro. Adapun tingkat mikro liberalisasi perdagangan internasional dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Melalui peningkatan ekspor suatu negara akan membuka diri pada perdagangan dunia serta membuat peningkatan efisiensi perusahaan-perusahaan domestik dalam rangka menstimulasi ekspor.
2. Adanya ekspor bahan baku meningkat yang menyebabkan perusahaan-perusahaan dalam negeri mengalami kelangkaan atas bahan-bahan baku. Hal ini merupakan efek negatif yang harus ditanggulangi.
3. Penurunan biaya produksi karena tidak ada lagi tarif impor dan hambatan-hambatan impor lainnya, maka harga bahan baku dan input lainnya yang diimpor menjadi murah maka akan memperkuat posisi dari perusahaan domestik dalam persaingan. barang jadi impor dan atau dipasar ekspor.
4. Peningkatan persaingan pasar domestik yaitu tarif impor yang rendah atau nol dan tidak adanya pembatasan kuota dan hambatan impor lainnya akan meningkatkan daya saing di pasar domestik.

Tingkat makro liberalisasi perdagangan internasional dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Perbaikan alokasi sumber-sumber daya produksi, dalam arti sumber- sumber daya produksi yang terbatas dan tersalurkan ekonomi yang terbatas.
2. Penurunan biaya produksi karena tidak ada lagi tarif impor dan hambatan-hambatan impor lainnya maka harga-harga dari bahan-bahan baku dan input lainnya yang diimpor menjadi murah, sehingga memperkuat posisi dari perusahaan-perusahaan domestik dalam persaingan di pasar domestik dengan barang jadi impor dan/atau dipasar ekspor.
3. Melalui peningkatan ekspor suatu negara, membuka diri terhadap perdagangan dunia tidak hanya membuat peningkatan efisiensi perusahaan domestic dan menstimulasi ekspor.
4. Perkembangan teknologi dengan perdagangan antar negara maka setiap negara bisa memperluas pasarnya dalam berproduksi didalam negeri berdasarkan spesialisasi

Liberalisasi perdagangan baik tingkat mikro maupun makro dapat diilustrasikan sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian (2015)

Gambar 1 : Liberalisasi Perdagangan Tingkat Makro dan Mikro

Berdasarkan gambar tersebut maka terdapat keterangan sebagai berikut :

1. Produk konsumen yang diimpor
2. Produk-produk serupa (substitusi) buatan lokal / dalam negeri adalah efek-efek persaingan liberalisasi perdagangan internasional
3. Produk-produk yang diimpor untuk kebutuhan produksi dalam negeri (input)
4. Input serupa buatan lokal adalah efek-efek penurunan biaya produksi dari liberalisasi perdagangan internasional
5. Efek-efek kesempatan ekspor dari perusahaan – perusahaan lokal (dalam negeri) yang mana peluang ekspor lebih besar dari liberalisasi perdaganagan internasional

6. Kombinasi garis d dan f yaitu input buatan lokal yang bisa dijual ke luar negeri merupakan efek kekurangan input di dalam negeri dari liberalisasi
7. Liberalisasi perdagangan internasional

Hal ini perlu disikapi secara matang bahwa efek penurunan biaya produksi dan efek-efek kekurangan input di pasar dalam negeri tersebut dapat dianggap sebagai efek sisi penawaran total sedangkan kombinasi dari efek persaingan dan efek peluang ekspor tersebut dapat dianggap sebagai efek sisi permintaan total dari liberalisasi perdagangan internasional. Efek sisi penawaran total tersebut bisa negatif apabila efek kedua itu lebih besar daripada efek pertama. Sebagai alternatif jalan keluar yang lain itu bisa positif

apabila yang terjadi sebaliknya atau jika satu efek sepenuhnya dikompensasi oleh efek lainnya tersebut. Dengan demikian ekspektasi umum adalah bahwa liberalisasi perdagangan internasional yang meningkatkan persaingan internasional di pasar domestik akan berdampak buruk terhadap UMKM yang tidak efisien atau yang berdaya saing rendah sementara

II. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian UMKM

Winarni (2006:15) menjelaskan bahwa pada umumnya, usaha kecil mempunyai pengertian dan ciri-cirinya antara lain sebagai berikut :

1. Biasanya berbentuk usaha perorangan dan belum berbadan hukum perusahaan.
2. Aspek legalitas usaha lemah
3. Struktur organisasi bersifat sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku.
4. Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan dan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan.
5. Kualitas manajemen rendah dan jarang yang memiliki rencana usaha
6. Sumber utama modal usaha adalah modal pribadi
7. Sumber Daya Manusia terbatas.
8. Pemilik memiliki ikatan batin yang kuat dengan perusahaan, sehingga seluruh kewajiban perusahaan juga menjadi kewajiban pemilik.

2.2. Dampak UMKM Dalam Pasar Bebas

Tambunan (2010:7) menjelaskan bahwa usaha mikro dengan jumlah karyawan kurang dari 10 orang dan usaha kecil dengan kriteria karyawan kurang dari 30 orang, memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi serta berkontribusi pada PDB dan penciptaan kesempatan tenaga kerja menurut

Usaha kecil dan menengah merupakan unsur pembangunan ekonomi yang saat ini menjadi prioritas untuk dikembangkan. UMKM merupakan pilar utama dalam perekonomian Indonesia dimana karakteristik utama UMKM adalah kemampuan mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relative rendah. Oleh karena itu sangat wajar keberhasilan UMKM diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

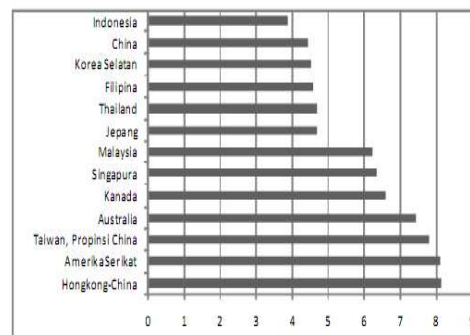
Kebijakan perdagangan dalam pasar bebas menjadikan perubahan fundamental di beberapa negara Asia. Secara metodologis, dampak dari

liberalisasi perdagangan internasional terhadap UMKM di Indonesia bisa dianalisis dengan dua pendekatan langsung dan pendekatan tidak langsung. Pendekatan langsung adalah dengan survei lapangan terhadap pemilik / pengusaha UMKM, misalnya dengan menanyakan apakah ekspor mereka meningkat atau produksi mereka menurun akibat persaingan dari barang-barang impor. Sedangkan pendekatan tidak langsung adalah analisis data sekunder, misalnya data perkembangan nilai atau pangsa ekspor UMKM, pertumbuhan output mereka atau jumlah unit usahanya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah unit usaha UMKM dan kontribusi outputnya terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini mengartikan bahwa liberalisasi perdagangan internasional atau semakin terbukanya ekonomi Indonesia terhadap dunia tidak mematikan UMKM.

UMKM merupakan pilar utama dalam perekonomian Indonesia dimana karakteristik utama UMKM adalah kemampuan mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relatif rendah. Oleh karena itu sangat wajar keberhasilan UMKM diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

2.3. Kinerja Daya Saing UMKM

Long (2003:12) menyatakan bahwa tidak perlu diragukan lagi kontribusi UMKM terhadap ekspor terkait erat dengan kemampuan dari globalisasi. Daya saing global yang rendah dari UMKM secara umum dibanding negara sedang berkembang lainnya, menjadi suatu hambatan serius bagi kelompok usaha tersebut bukan saja untuk bisa menembus pasar global tetapi juga untuk bisa memenangi persaingan dengan barang-barang impor dipasar domestik. Berikut ini gambar Data Saing UMKM di Sejumlah Negara / Ekonomi APEC



Sumber : Hasil Penelitian (2015)

Gambar 2 : Daya Saing UMKM Sejumlah Negara Ekonomi APEC

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Indonesia berdaya saing rendah dibawah 4. Berdasarkan hasil studi ini Indonesia tercatat sebagai negara dengan pendanaan paling rendah untuk pengembangan teknologi yakni dibawah 3.5 dalam indeks skala 10. Hasil ini harus ditanggapi serius karena bukan lagi suatu rahasia bahwa pengembangan teknologi merupakan suatu faktor determinan yang sangat penting bagi peningkatan daya saing global.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah menggunakan analisis deskriptif dengan beberapa literatur atau sumber-sumber dari BPS untuk menemukan permasalahan yang terjadi dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi tantangan yang terjadi dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor utama yang menentukan besar kecilnya peluang bagi seorang pengusaha sebuah perusahaan adalah :

1. Akses sepenuhnya ke informasi mengenai aspek-aspek kunci bagi keberhasilan suatu usaha seperti kondisi pasar yang dilayani dan peluang pasar potensial, teknologi terbaru / terbaik yang ada didunia, sumber-sumber modal dan cara pembiayaan yang paling efisien, mitra kerja (misalnya calon pembeli, pemasok bahan baku, distributor), pesaing (kekuatannya, strateginya, visinya), dan kebijakan atau peraturan berlaku
2. Akses ke teknologi terkini
3. Akses ke modal
4. Akses ke tenaga terampil/SDM
5. Akses ke bahan baku
6. Infrastruktur
7. Kebijakan atau peraturan berlaku baik dari pemerintah sendiri maupun negara mitra dan yang terkait dengan WTO, AFTA, APEC dan lain-lain.

Pertanyaan tentang seberapa besar tantangan, peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM dapat dijawab dengan adanya pendekatan langsung dan pendekatan tidak langsung. Pendekatan langsung dapat dilakukan melalui survei lapangan dengan dan menanyakan langsung ke pemilik / produsen. Pendekatan tidak langsung dilakukan melalui :

1. Pengkajian karakteristik utama UMKM.

Terdapat perbedaan Kelompok UMKM yang terdiri dari Usaha Menengah (UM), Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK). Usaha Mikro dan Kecil yang termasuk aspek-aspek itu termasuk orientasi pasar, profil dari pemilik usaha, sifat dari kesempatan kerja dalam perusahaan, sistem organisasi dan manajemen yang dijalankan dalam usaha, derajat mekanisme dalam proses produksi, sumber bahan-bahan baku dan modal, lokasi usaha dan adanya hubungan eksternal dan internal serta derajat dari keterlibatan perempuan sebagai pengusaha. Selain itu dalam kualitas tenaga kerja data BPS menunjukkan bahwa jumlah pekerja yang digaji di UMK lebih sedikit dibandingkan di UM dan diantara UMK, di UMI paling banyak tenaga kerja tidak dibayar dibandingkan di UK. Dengan komposisi tenaga kerja tidak dibayar memiliki kecenderungan berbanding terbalik dengan skala usaha, yang semakin besar skala usaha semakin kecil komposisi tenaga kerja tanpa upah. Oleh karena itu tenaga kerja yang digaji atau tingkat gaji atau nilai pekerja berkorelasi positif dengan tingkat keahlian maka dari fakta tersebut disimpulkan kualitas SDM di UMK berarti juga daya saing UMK, lebih rendah dibandingkan di UM. Maka secara keseluruhan disimpulkan bahwa UMI akan menghadapi tantangan lebih besar sedangkan UM akan memiliki peluang lebih besar dengan adanya ME-ASEAN 2015, atau ancaman “gulung tikar” yang dihadapi oleh UMI jauh lebih besar dibandingkan UM.

2. Menganalisis kendala-kendala utama yang dihadapi UMKM. Semakin banyak kendala yang dihadapi perusahaan, maka semakin besar tantangan dan memperkecil peluang bertahan di pasar bebas. Perkembangan UMKM di negara sedang berkembang dihalangi dengan beberapa hambatan. Hambatan tersebut diantaranya adalah keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan dalam pemasaran, kesulitan dalam pengadaan bahan baku dan distribusi serta input-input lainnya, keterbatasan akses informasi mengenai peluang pasar dan lainnya, keterbatasan pekerja dan kualitas SDM yang rendah, kemampuan teknologi, biaya transportasi yang tinggi, biaya komunikasi yang tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan ijin usaha dan ketidakpastian akibat peraturan-peraturan dan kebijaksanaan-kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas atau tak menentu arahnya.

Berikut ini gambaran dari masyarakat tantangan dan ancaman MEA 2015 :
ekonomi ASEAN 2015 dalam mengatasi peluang,



Sumber : Hasil Penelitian (2015)

Gambar 3 : Peluang, tantangan, ancaman masyarakat ekonomi ASEAN

Tabel 1 : Karakteristik Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah

No	Aspek	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1	Organisasi dan Manajemen	Dijalan oleh pemilik, tidak menerapkan pembagian tenaga kerja internal (ILD), manajemen dan struktur organisasi formal (MOF), sistem pembukuan formal	Dijalankan oleh pemilik, tidak ada ILD, MOF, ACS	Banyak yang mempekerjakan manajer profesional menerapkan ILO, MOF, ACS
2	Profil Ekonomi dan Sosial dari pemilik Usaha	Pendidikan rendah dan dari rumah tangga miskin, motivasi utama adalah survival	Banyak yang berpendidikan tinggi dan dari rumah tangga non miskin, banyak yang bermotivasi bisnis / mencari profit.	Sebagian besar berpendidikan tinggi dan dari rumah tangga makmur, motivasi utama adalah profit.
3	Orientasi Pasar	Umumnya menjual ke pasar lokal untuk kelompok berpendapatan rendah.	Banyak yang menjual ke pasar domestik dan ekspor, dan melayani kelas menengah ke atas	Semua menjual ke pasar domestik dan banyak yang ekspor dan melayani kelas menengah ke atas
4	Sifat dari Kesempatan Kerja	Kebanyakan menggunakan anggota-anggota keluarga tidak dibayar	Beberapa memakai tenaga kerja yang digaji	Semua memakai tenaga kerja digaji dan semua memiliki sistem perekrutan formal
5	Formalitas	Beroperasi disektor informal, usaha tidak terdaftar, tidak / jarang bayar pajak	Beberapa beroperasi disektor formal, beberapa tidak terdaftar, sedikit yang bayar pajak	Semua disektor formal, terdaftar dan bayar pajak
6	Pola / sifat dari proses produksi	Derajat mekanisasi sangat rendah / umumnya manual tingkat teknologi sangat rendah	Beberapa memakai mesin-mesin terbaru	Banyak yang punya derajat mekanisasi yang tinggi / punya akses terhadap teknologi yang tinggi
7	Hubungan-hubungan eksternal	Kebanyakan tidak punya akses ke program-program pemerintah dan tidak punya hubungan-hubungan bisns	Banyak yang punya akses ke program-program pemerintah dan punya hubungan bisnis dengan UB (termasuk penanaman modal asing)	Sebagian besar punya akses ke program-program pemerintah dan banyak yang punya hubungan bisnis dengan UB (termasuk PMA)
8	Sumber-sumber dari bahan baku dan modal	Kebanyakan pakai bahan baku lokal dan uang sendiri	Beberapa memakai bahan baku impor dan punya akses ke kredit formal	Banyak yang memakai bahan baku impor dan punya akses ke kredit formal
9	Wania Pengusaha	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai	Rasio dari wanita terhadap pria sebagai	Rasio wanita terhadap pria sebagai pengusaha

			pengusaha sangat tinggi		pengusaha cukup tinggi			sangat rendah		
Kelompok Industri	Jumlah Unit	Punya Kesulitan Serius	Jenis Kesulitan Utama							
			1	2	3	4	5	6	7	8
1	929910	745824	206308	146185	255793	21506	23346	19732	3849	69104
2	30395	22141	7074	8206	3883	185	1061	260	41	1431
3	53169	46682	8434	3094	20978	4334	1328	430	512	7572
4	234657	164144	19320	43718	78722	2131	2081	8608	770	8794
5	276548	172307	18584	36119	75038	729	867	12006	4558	24406
6	32910	26735	3764	5833	12908	272	228	917	66	2747
7	639106	514990	140664	141798	165355	2141	4862	16589	8109	35472
8	7268	2731	736	610	1127	86	25	94	-	53
9	24305	21185	1750	5441	8087	740	167	1036	102	3862
10	19168	15744	5621	1202	6019	16	1045	178	57	1606
11	5043	4320	1226	1378	1587	-	57	30	-	42
12	13786	8541	1794	2514	3793	23	13	45	63	296
13	215558	181747	22578	45475	85238	1627	2484	2876	1811	19658
14	1553	1460	358	301	692	-	10	27	-	72
15	61731	52594	9149	13820	24297	796	643	919	232	2828
16	434	349	25	107	209	-	-	-	-	8
17	199	113	-	47	20	-	-	-	-	46
18	1540	1148	56	273	652	48	-	-	-	119
19	3488	3269	582	2231	331	-	-	8	-	117
20	4708	4394	1503	708	1717	45	48	60	73	240
21	107166	93175	23171	23239	40914	132	330	2252	401	2736
22	62898	43722	10604	11252	16545	38	718	1555	218	2792
23	7184	5818	166	1572	2853	-	258	540	22	407
Total	2732724	2133133	483468	495123	806758	34759	39571	68162	20884	184408

Sumber : Hasil Penelitian (2015)

Survei BPS pada UMK industry manufaktur menemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi yaitu permasalahan utama yang dihadapi oleh sebagian besar dari kelompok usaha adalah keterbatasan modal dan pemasaran dalam menyalurkan produksinya. Hal ini juga tidak berpengaruh besar, walaupun banyak penawaran kredit-kredit usaha sebagian besar dari pedesaan atau daerah terpencil yang tidak pernah mendapatkan kredit dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Nasabah di pedesaan atau pedalaman tergantung pada uang tabungan sendiri, bantuan dari saudara / kenalan atau dari sumber-sumber informal lainnya yang digunakan untuk mendanai kegiatan produksi mereka. Beberapa kendala didalam penyaluran dana adalah nasabah

mencoba untuk meminjam kredit tetapi ditolak karena usahanya dianggap tidak layak untuk didanai atau mengundurkan diri karena sulitnya prosedur administratif yang dilakukan atau tidak bisa memenuhi persyaratan-persyaratan termasuk penyediaan jaminan, atau terdapat pengusaha kecil yang dari awalnya memang tidak berkeinginan meminjam dari lembaga-lembaga keuangan formal

Bidang pemasaran pada UMKM umumnya tergantung pada mitra dagang (*trading house*, pedagang keliling) untuk memasarkan produk – produk mereka, tergantung pada konsumen yang datang langsung ke tempat-tempat produksi mereka. Data dari BPS mengenai UMKM industri manufaktur tahun 2010 menunjukkan sebanyak

78,06 persen dari seluruh UMKM (2.732.724 unit usaha) di sektor usahanya. Beberapa sektor usaha UMKM yang mempunyai kesulitan utama terbesar mengenai permodalan, bahan baku, pemasaran masing 806.758 unit usaha, 483.468, unit usaha, 495.123 unit usaha. Berikutnya industri makanan mengalami kesulitan terbesar sebanyak 745.824 unit usaha (34,96%) yang terdiri dari kesulitan modal sebanyak 255.793 unit usaha, bahan baku sebanyak 206.309 unit usaha dan kesulitan pemasaran sebanyak 146.185 unit usaha.

Berdasarkan penjabaran diatas maka dapat diberikan beberapa penjelasan strateginya dengan faktor-faktor determinan yang ada dalam peluang, tantangan dan ancaman masyarakat ekonomi ASEAN adalah :

1. Akses ke Informasi ditanggulangi dengan banyaknya jalur informasi komunikasi mengenai UMKM baik disektor mikro, kecil dan menengah yang saling bertukar informasi dalam meningkatkan produktifitas dan kreativitas serta untuk meningkatkan atau menaikkan pendapatan pada setiap sektor yang ada, sehingga akan tercipta masyarakat ekonomi ASEAN yang dapat diandalkan dan dapat bersaing di pangsa pasar dunia dan teknologi informasi dan keamanan
2. Akses ke teknologi ditanggulangi melalui peningkatan jaringan komunikasi yang lebih cepat disertai dengan pembenahan infrastruktur baik darat, laut dan udara, serta adanya penetapan pengembangan masing-masing industri ke tingkat lebih tinggi lagi baik mikro, kecil dan menengah
3. Akses modal ditanggulangi melalui adanya sosialisasi dari pemerintah dalam bidang perbankan, khususnya mengenai keringanan kredit untuk UMKM baik mikro, kecil, menengah yang di jalankan dengan prosedur yang lebih baik.
4. Akses tenaga terampil di tanggulangi dengan menyusun *blueprint* pengembangan sumber daya manusia, terutama mengenai standarisasi profesi, meningkatkan pemahaman dan sosialisasi mengenai kesiapan segenap *stakeholders* dalam menghadapi *Asean Economic Community*.
5. Akses tenaga bahan baku ditanggulangi melalui penambahan penyediaan bahan baku yang siap pakai dengan kualitas barang yang tinggi dalam pengembangan industri UMKM
6. Kebijakan peraturan yang berlaku ditanggulangi dengan melakukan review dan revisi regulasi yang ada, baik ditingkat pusat maupun daerah supaya lebih berpihak kepada kepentingan nasional dan tidak diskriminatif, program pendampingan pemerintah dengan

UMKM yang lebih efektif, pengembangan indikator kunci dalam penerapan tata kelola usaha yang baik

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari penjabaran diatas mengenai peluang dan tantangan UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN dapat disimpulkan bahwa :

1. Program pemerintah mengenai UMKM sudah banyak dilaksanakan namun ternyata kinerja UMKM dan perkembangannya masih jauh dari yang diharapkan, dengan mengalami beberapa kendala yang masih harus dihadapi dalam pelaksanaannya.
2. Hasil penelitian APEC menunjukkan bahwa daya saing UMKM Indonesia masih paling rendah dibandingkan UMKM disejumlah negara APEC lainnya. UMKM harus dapat mempertahankan pangsa pasar domestik dengan semakin banyaknya barang-barang impor yang membanjiri pasar dalam negeri. Untuk itu diperlukan adanya peran antara pemerintah dan UMKM untuk dapat bekerja sama lebih baik dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN, salah satunya adalah pemerintah memberikan kemudahan dalam bidang penyediaan pameran atau stand-stand untuk memperkenalkan produk Indonesia, meminimalis biaya perpajakan dalam bidang ekspor dan impor, penyediaan bahan baku yang memadai serta perizinan dalam membuka usaha baru dipermudah untuk kelancaran dalam usaha.
3. Para pelaku UMKM harus selalu memberikan inovasi produk-produk barang dagangan yang dihasilkan agar dapat bersaing dengan hasil produk negara lain sehingga hasil produk Indonesia dapat diakui di negara-negara lainnya.

5.2. Saran

1. Semua UMKM dimanapun lokasinya harus mendapatkan akses sepenuhnya mengenai informasi mengenai pasar dan lainnya, seperti fasilitas perdagangan, perbankan, teknologi, pendidikan / pelatihan, dengan tidak menghilangkan penilaian obyektif mengenai kelayakan usaha dari UMKM yang bersangkutan.
2. Pembangunan infrastruktur fisik seperti jalan raya, listrik, fasilitas komunikasi, pelabuhan maupun pembangunan infrastruktur non fisik seperti bank / lembaga pendanaan, pusat informasi, lembaga pendidikan / pelatihan,

- penelitian dan pengembangan / laboratorium mulai dari tingkat desa, kecamatan, kabupaten, hingga di tingkat provinsi harus menjadi prioritas utama dari APBD untuk melancarkan dan mengefisienkan ekspor
3. Kebijakan atau program-program pemerintah untuk membantu perkembangan UMKM lebih pada peningkatan pendidikan pengusaha dan pekerja, pengembangan teknologi dan peningkatan kemampuan inovasi dalam penyediaan laboratorium agar bisa mendapatkan label Standarisasi Nasional Indonesia (SNI) untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing UMKM
 4. Pemberdayaan kembali semua sentra-sentra UMKM yang harus dikembangkan dengan dukungan pemerintah khususnya Unit Pelayanan Teknis (UPT) di sentra-sentra yang perlu diremajakan, antara lain menggantikan mesin-mesin dan alat-alat pengujian / laboratorium yang sudah usang dengan yang baru.
- Community 2015 For Indonesian Society. *Proceeding Internasional Seminar on Scientific Issues and Trends (ISSIT)*.
- Long, Nguyen Viet. 2003. *Performance and Obstacles of SMEs in Viet Nam Policy Implications in Near Future Research Paper, Internasional IT Policy Program (ITPP) Seoul National University*.
- Winarni, Sri. 2006. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan. Infokop Nomor. 29 Tahun XXII.
- Tambunan, Tulus. 2010. *Trade Liberalization and SMEs in ASEAN*. New York. Nova Science Publishers, Inc.
- Tambunan Tulus. 2013. Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 : Peluang dan Tantangan Bagi UKM Indonesia Policy. Paper Kadin Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2010, Profil Industri Kecil dan Mikro 2010. Jakarta. Badan Pusat Statistik
- Setyaningsih, Eka Dyah. 2014. *Challenges And Strategies Facing The Asean Economic*
- Tybout, James R. 2000. *Manufacturing Firms in Developing Countries : How well do They Do, and Why*. Journal of Economic Literature, 38 (1) Maret