

PENERAPAN STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UNTUK MEMPERKUAT USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

Janti Soegiastuti

Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang

Jl. Pawiyatan Luhur, Bendan Dhuwur Semarang 50234

jantisoegiastuti@rocketmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah telah diakui sangat strategis dan penting tidak hanya bagi pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk pembagian pendapatan yang merata. Karena peranannya yang sangat strategis dan penting, Indonesia memberikan perhatian khusus bagi perkembangan perkembangan mereka, termasuk membina lingkungan dengan iklim usaha yang kondusif, memfasilitasi dan memberikan akses pada sumberdaya produktif dan memperkuat kewirausahaan serta daya saingnya.

Untuk memperkuat UMKM, salah satu strategi yang penting adalah kemitraan. Untuk membentuk kemitraan-kemitraan ini, peranan pemerintah dan instansi-instansi pendukung lainnya adalah strategis dan penting. Peranan pemerintah dapat dilakukan melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif untuk menciptakan kemitraan dan dapat pula memberikan fasilitas dan dukungandukungan lain seperti misalnya fasilitas penciptaan keserasian (match making), menyediakan bantuan keuangan dan keperluan-keperluan yang lainnya untuk menjembatani kemitraan antara kedua pihak tersebut.

Disamping pemerintah, peranan perusahaan perusahaan besar untuk memberikan suatu dukungan dan menyisihkan sebagian dari keuntungan bersih mereka guna pengembangan UMKM uang dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR) mungkin juga perlu dilanjutkan. Pembinaan CSR untuk pengembangan UMKM telah menjadi salah satu pilihan strategis banyak negara berkembang agar supaya memperkuat dan meningkatkan daya saing UMKM. Sudah diakui bahwa perusahaan-perusahaan besar tidak akan tumbuh berkembang dengan baik tanpa dukungan UMKM. Oleh karena itu, UMKM dan perusahaan-perusahaan besar harus selalu bekerjasama satu sama lain agar memanfaatkan peluang-peluang demi pertumbuhan dan kemakmuran masyarakat.

Kata Kunci : CSR dan UMKM

Abstract

Micro middle and small Business (UMKM) have been confessed very strategic and important not only to economic growth but also to the division of earnings which flatten. Because its role is very important and strategic, Indonesia give the special attention to their growth growth, including constructing environment with the effort climate which conducive, facility and give to access productiveresources and strengthen the entrepreneurship and also its competitiveness.

To strengthen the UMKM, one of the important strategy is partner. To form this partner, governmental role and other supporter institution is important and strategic. Governmental role can be done/conducted to the creation of effort climate which kondusif to create the partner and earn also give the other and endorsement by facility like for example facility of compatibility creation, providing financial aid and need of the other to link the partner of between second side.

From other side the government, big company role to give a support and cast aside some of clean advantage is they utilize the development of UMKM money recognized by Corporate Social Responsibility (CSR) possible also require to be continued. Construction CSR for the development of UMKM have come to one of the strategic choice many developing countries in order to strengthening and improving competitiveness UMKM. Have been confessed by that big company will not grow to expand better without support UMKM. Therefore, big UMKM company And have to always work along one another exploiting opportunity for the shake of growth and society prosperity

Keyword : CSR And UMKM

Pendahuluan

Menyadari akan posisi penting dan strategisnya usaha kecil dan menengah (UKM) termasuk usaha mikro berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintahan Kabinet Indonesia Bersatu telah menetapkan Pembangunan UKM termasuk koperasi sebagai program prioritas dan telah diformalkan dalam bentuk Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 7 tahun 2005 tentang “Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004 - 2009”.

Pada Bagian IV dari Agenda Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat, yakni Bab 20 secara khusus memuat “Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah”, yang menjadi acuan pemerintah untuk pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah selama 5 tahun ke depan.

Bagaimana penjabaran dari Bab 20 tersebut, khususnya menyangkut strategi penguatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui kerjasama kemitraan akan diuraikan pada bagian berikut ini.

Sebagaimana telah diketahui bersama, sejak krisis moneter yang terjadi pada pertengahan tahun 1997 dan telah berkembang menjadi krisis ekonomi dan multi dimensi, pertumbuhan ekonomi nasional relatif masih rendah, yang mengakibatkan masalah-masalah sosial mendasar belum terpecahkan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah meningkatnya pengangguran dan kemiskinan. Pada tahun 2004, jumlah pengangguran terbuka mencapai 9,5 juta jiwa atau 9,5 persen dan setiap tahunnya jumlah angkatan kerja baru bertambah sekitar 2,5 juta orang sehingga pada tahun 2006 jumlah pengangguran semakin bertambah menjadi 10,9 juta atau 10,3% dari angkatan kerja yang ada. Demikian juga halnya masalah kemiskinan, jumlah penduduk miskin pada tahun 2004 sebesar 16,6% atau sekitar 36,1 juta jiwa dan telah bertambah menjadi 39,05 juta atau 17,75% pada tahun 2006.

Kedua permasalahan ini, secara bertahap harus mampu kita kurangi guna mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur sebagaimana amanat UUD 1945. Oleh karena itu, selama 5 tahun ke depan agenda prioritas pembangunan nasional ditujukan untuk menciptakan Indonesia yang aman dan damai, mewujudkan Indonesia yang adil dan demokratis, serta meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Untuk tujuan yang terakhir ini, maka proses pembangunan ke depan diarahkan pada upaya pemberdayaan masyarakat secara luas yang berdasarkan pada semangat kerakyatan, kemartabatan, dan kemandirian. Dalam kaitan ini, upaya pemberdayaan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah menjadi sangat penting dalam mengusung proses perubahan ke depan, khususnya dalam menanggulangi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Pemerintahan Indonesia Bersatu telah sepakat akan berusaha untuk menurunkan tingkat pengangguran menjadi 5,1% dan tingkat kemiskinan penduduk menjadi 8,2% pada tahun 2009.

Kemiskinan dan pengangguran diatasi dengan strategi pembangunan ekonomi yang mendorong pertumbuhan yang berkualitas dan berdimensi pemerataan melalui penciptaan lingkungan usaha yang sehat.

Untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi, maka orientasi pembangunan akan ditujukan kepada revitalisasi sektor pertanian dan pedesaan serta pengembangan sektor riil, khususnya koperasi dan UMKM.

Kenapa pemerintah memberikan perhatian yang lebih kepada usaha mikro, kecil dan menengah termasuk koperasi. Pemerintah melihat disitulah tumpuan hidup terbesar rakyat Indonesia. Namun demikian, pemerintah juga tetap memberikan kesempatan berkembang bagi usaha besar, baik swasta maupun BUMN. Karena kehadiran mereka juga sangat dibutuhkan untuk ikut menumbuhkembangkan si kecil, yaitu usaha mikro, kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak, yaitu mencapai 48,9 juta unit atau 99,98 persen dari seluruh pelaku bisnis yang ada (BPS, 2006).

Bukan karena jumlahnya yang besar saja usaha mikro, kecil dan menengah ini perlu mendapatkan perhatian. Mereka juga secara nyata telah terbukti memberikan kontribusi yang besar terhadap produk domestik bruto (PDB), yaitu sebesar 53,28 persen. Bahkan tidak kalah pentingnya dalam penyerapan tenaga kerja, yakni sebanyak 85,4 juta jiwa atau 96,18 persen dari total angkatan kerja yang ada. Demikian juga dari sebanyak 134.963 koperasi yang ada dengan 27,28 juta orang anggota merupakan aset yang harus terus dikembangkan guna ikut berperan lebih besar lagi ke depan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi bangsa ini.

Keberadaan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah telah dirasakan ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi. Ketika itu, tatkala perbankan nasional dan pelaku usaha besar banyak yang gulung tikar, karena tingginya ketergantungan kepada pinjaman luar negeri, ekonomi nasional berhasil diselamatkan oleh kehadiran koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah. Usaha yang menghidupi bahagian terbesar rakyat Indonesia ini tetap tegar menghadapi badai krisis ekonomi karena tidak banyak ketergantungan pada pinjaman luar negeri, dan bahkan justru sebagian dari mereka menikmati adanya dampak dari krisis ekonomi terutama yang berorientasi pada pasar luar negeri atau ekspor.

Tantangan dan Permasalahan

Guna membangun koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah sehingga tangguh dan memiliki daya saing tinggi ke depan, kita tidak boleh lengah terhadap kecenderungan yang sedang dan akan terjadi di masa mendatang. Tantangan atau kecenderungan yang paling besar yang dihadapi adalah globalisasi, demokratisasi, dan desentralisasi/otonomisasi, serta menghindari terjadinya krisis pangan, energi dan dampak resesi dunia menjalar ke perekonomian nasional. Pada sisi lain, kita menyadari akan posisi dan kondisi koperasi dan usaha mikro, kecil, menengah (KUMKM) yang membutuhkan berbagai dukungan dalam pengembangannya.

Demokratisasi dicirikan oleh kebebasan berfikir, berkata, dan bertindak. Pada era demokratisasi ini saya mengajak semua jajaran dan pihak-pihak terkait mulai dari tingkat Pusat, Propinsi, Kabupaten/Kota termasuk Perusahaan Besar untuk turut memberikan perhatian yang lebih besar pada pengembangan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah. Karena disitulah intinya sumber kehidupan dan penghidupan dari sebahagian terbesar rakyat Indonesia. Saya sekali lagi menekankan dan mengajak bersama-sama membangun koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah agar menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dan kompetitif di masa depan.

Dengan KUMKM yang maju, maka martabat bangsa kita juga akan lebih terhormat ke depan. Kita tidak boleh lagi ketinggalan dari negara-negara lain di dunia bahkan di Asia Tenggara sekalipun.

Tantangan yang paling besar dalam dunia bisnis adalah dunia tanpa kenal batas (borderless) ini tak ubahnya ibarat air mengalir. Dimana lembah kesitulah dia mengalir. Demikian juga halnya arus barang dan jasa yang terjadi dalam era globalisasi ini. Barang dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan harga paling murah, pasti akan jadi rebutan pembeli. Demikian juga aliran dana investasi, dimana ada tempat investasi yang menguntungkan, iklimnya kondusif, prospeknya menjanjikan, maka aliran dana investasi akan mengalir ketempat itu.

Gambaran di atas memberikan ilustrasi bahwa pada era globalisasi ini, ciri utamanya adalah persaingan. Siapapun yang mampu bersaing, tanpa kecuali bagi produk UMKM, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Oleh karena itu, maka kebijakan dan strategi pengembangan UMKM ke depan adalah bagaimana meningkatkan daya saing UMKM.

Dari sisi produktivitas, atas dasar harga konstan tahun 2000, produktivitas UMKM per unit usaha selama periode 2002-2006 tidak menunjukkan perkembangan yang berarti. Pada tahun 2006, produktivitas usaha mikro dan kecil sebesar Rp. 14,87 juta per unit usaha per tahun dan usaha menengah sebesar Rp. 2,87 milyar, sementara itu produktivitas per unit usaha besar telah mencapai Rp. 113,00 milyar. Demikian pula dengan perkembangan produktivitas per tenaga kerja usaha mikro dan kecil serta usaha menengah belum menunjukkan perkembangan yang berarti, yaitu masing-masing berkisar Rp. 8,97 juta dan Rp. 68,39 juta, sedangkan produktivitas per tenaga kerja usaha besar telah mencapai Rp. 240,25 juta. Kinerja seperti ini berkaitan dengan: (a) rendahnya kualitas sumberdaya manusia (SDM) di UMKM, khususnya dalam bidang manajemen, organisasi, penerapan teknologi dan pemasaran, dan (b) rendahnya kompetensi kewirausahaan UMKM.

Peningkatan produktivitas UMKM ini tentu sangat diperlukan dalam rangka mengatasi ketimpangan antar pelaku, antar golongan pendapatan dan antar daerah, termasuk dalam rangka penanggulangan kemiskinan, selain sekaligus mendorong peningkatan daya saing nasional.

Pada sisi lain, UMKM juga memiliki keterbatasan kemampuan untuk akses kepada sumberdaya produktif, terutama terhadap permodalan, teknologi, informasi dan pasar. Dalam hal pendanaan, produk jasa lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja, sedangkan kredit investasi masih sangat terbatas. Bagi UMKM, keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar. Disamping persyaratan pinjamannya yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan; serta adanya paradigma pada dunia perbankan yang memandang UMKM sebagai kegiatan yang berisiko tinggi. Setiap tahun, untuk skala jumlah pinjaman dari perbankan sampai Rp. 50 juta, terserap hanya sekitar 24% ke sektor produktif, selebihnya terserap ke sektor konsumtif.

Bersamaan dengan itu, penguasaan teknologi, manajemen, informasi dan pasar masih jauh dari memadai dan relatif memerlukan biaya yang besar untuk dikelola secara mandiri oleh UMKM. Sementara ketersediaan lembaga yang menyediakan jasa di bidang tersebut juga sangat terbatas dan tidak merata ke seluruh daerah. Peran masyarakat dan dunia usaha dalam pelayanan kepada UMKM juga belum berkembang, karena pelayanan kepada UMKM masih dipandang kurang menguntungkan.

Kebijakan dan Strategi Pengembangan UKM

Sejalan dengan perkembangan dalam era globalisasi dan tuntutan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah, masalah krusial yang juga banyak dikeluhkan belakangan ini oleh para pelaku bisnis tanpa kecuali UMKM munculnya berbagai hambatan yang berkaitan dengan peraturan-peraturan baru, khususnya di daerah. Peraturan-peraturan daerah ini sering tidak atau kurang memberikan ruang bagi UMKM untuk berkembang. Dalam implementasinya, birokrasi administrasi yang berbelit-belit dan penegakan hukum yang kurang tegas menjadi tantangan yang terus harus kita atasi ke depan.

Berangkat dari berbagai masalah, tantangan dan hambatan tersebut di atas, maka dalam pengembangan koperasi dan UMKM, pemerintah telah menetapkan arah kebijakannya, yaitu:

1. Mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) yang diarahkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing; sedangkan pengembangan usaha skala mikro lebih diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah.
2. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik (*good governance*) dan berwawasan gender terutama untuk:
 - 1) memperluas akses kepada sumber permodalan khususnya perbankan;
 - 2) memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan prosedur perijinan;
 - 3) memperluas dan meningkatkan kualitas institusi pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan usaha, teknologi, manajemen, pemasaran dan informasi.
3. Memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru berkeunggulan untuk mendorong pertumbuhan, peningkatan ekspor dan penciptaan lapangan kerja terutama dengan:
 - 1) meningkatkan perpaduan antara tenaga kerja terdidik dan terampil dengan adopsi penerapan teknologi;
 - 2) mengembangkan UMKM melalui pendekatan klaster di sektor agribisnis dan agroindustri disertai pemberian kemudahan dalam pengelolaan usaha, termasuk dengan cara meningkatkan kualitas kelembagaan koperasi sebagai wadah organisasi kepentingan usaha bersama untuk memperoleh efisiensi kolektif;
 - 3) mengembangkan UMKM untuk makin berperan dalam proses industrialisasi, perkuatan keterkaitan industri, percepatan pengalihan teknologi, dan peningkatan kualitas SDM;
 - 4) mengintegrasikan pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional, sesuai dengan karakteristik pengusaha dan potensi usaha unggulan di setiap daerah.
4. Mengembangkan UMKM untuk makin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik yang semakin berdaya saing dengan produk impor, khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak
5. Membangun koperasi yang diarahkan dan difokuskan pada upaya-upaya untuk: (i) membenahi dan memperkuat tatanan kelembagaan dan organisasi koperasi di tingkat makro, meso, maupun mikro, guna menciptakan iklim dan lingkungan usaha yang kondusif bagi kemajuan koperasi serta kepastian hukum yang menjamin terlindunginya koperasi dan/atau anggotanya dari praktek-praktek persaingan usaha yang tidak sehat; (ii) meningkatkan pemahaman, kepedulian dan dukungan pemangku kepentingan (*stakeholders*) kepada koperasi; dan (iii) meningkatkan kemandirian gerakan koperasi.

Makna yang tersirat dan tersurat dalam arah kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM tersebut pada intinya ditujukan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing dan penanggulangan kemiskinan. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM ditujukan dalam rangka mewujudkan keempat hal tersebut, yaitu:

Pertama, menumbuhkan iklim usaha yang kondusif. Penumbuhan iklim usaha yang kondusif ditujukan untuk memberikan kesempatan yang sama kepada masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, termasuk akses kepada sumberdaya produktif. Dalam kaitan ini, tidak ada perbedaan perlakuan antara usaha besar dan UMKM semuanya diperlakukan sama secara proporsional.

Penumbuhan iklim usaha kondusif ini lebih banyak ditujukan dalam aspek regulasi dan deregulasi. Pengaturan yang memang diperlukan diwujudkan dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Demikian juga, kalau ada peraturan yang menghambat akan disempurnakan atau barangkali ditiadakan/deregulasi. Ada beberapa peraturan perundang-undangan yang dipandang masih dibutuhkan untuk pengembangan UMKM, antara lain: UU tentang UMKM, UU Lembaga Keuangan Mikro, UU Penjaminan Kredit dan Peraturan yang menyangkut pengembangan Sistem Pelayanan Perizinan Satu Pintu. Sedangkan beberapa peraturan yang dipandang menghambat perkembangan UMKM umumnya lebih banyak di daerah dalam bentuk Perda setelah otonomi daerah diterapkan, seperti Perda Perdagangan Antar Pulau untuk kelapa dan kayu yang menghambat berkembangnya UMKM. Peraturan daerah ini sering membebani UMKM sehingga daya saingnya menurun.

Kedua, meningkatkan akses pada sumberdaya finansial. Masalah finansial merupakan masalah klasik bagi UMKM. Kalau ada 100 pelaku usaha mikro dan kecil khususnya ditanya masalahnya, barangkali 70-80 orang dari mereka menjawab permodalan. Padahal, kalau ditelaah secara mendalam masalah utamanya bukanlah permodalan, dan bahkan sering akar masalahnya akses pasar. Karena pasarnya tidak ada, maka barang yang diproduksi jadi tidak terjual. Akibatnya, para pelaku bisnis UMKM ini merasakan modalnya kurang. Untuk meningkatkan akses pada sumberdaya finansial ini, pemerintah bersama dengan Bank Indonesia mendorong pihak perbankan agar menyusun rencana bisnisnya setiap tahun. Sejak empat tahun terakhir, melalui peran BI, perbankan selalu menyampaikan rencana kerja tahunannya untuk pembiayaan UMKM. Pada tahun 2003, rencana bisnis perbankan yang ditujukan bagi UMKM sebesar Rp. 42,4 trilyun dan yang berhasil diserap oleh UMKM hanya sebesar Rp 27 trilyun atau 63,82%. Karena penyerapannya kecil pada tahun 2003, maka pada tahun 2004 rencana bisnis perbankan untuk UMKM hanya Rp. 38,5 trilyun dan dari plafond ini ternyata realisasinya sebesar 72,03 trilyun atau 187%. Adapun untuk tahun 2005, rencana bisnis perbankan untuk UMKM adalah sebesar Rp. 60,4 trilyun dan tahun 2006, sebesar Rp. 68,1 trilyun dengan realisasi Rp. 58,02 trilyun. Untuk tahun 2007, rencana bisnis perbankan untuk UKM adalah sebesar Rp.87,6 trilyun. Dalam rangka peningkatan akses pada finansial ini, selain melalui perbankan, pemerintah juga mendorong pengoptimalan pemanfaatan laba 1-3 % BUMN. Di samping itu, pemerintah juga mengalokasikan sebagian APBN untuk perkuatan KSP/USP guna meningkatkan kemampuannya dalam melayani kebutuhan pendanaan bagi usaha mikro dan kecil anggotanya antara lain melalui program PERKASSA (Perempuan Keluarga Sehat dan Sejahtera) dan P3KUM (Program Pembiayaan Produktif Koperasi dan Usaha Mikro).

Ketiga, meningkatkan akses pasar. Secara umum, UMKM biasanya selalu sanggup memproduksi berbagai produk. Namun, kualitas, desain, dan harga sering kurang cocok dengan selera dan kemampuan konsumen. Masalah ini berdampak pada kurang lakunya produk UMKM, baik di pasar domestik dan internasional. Untuk mengatasi hal ini, maka perlu ada pelatihan keterampilan dan manajemen untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Di samping pelatihan, temu bisnis dan ekshibisi di dalam dan luar negeri perlu terus digalakkan dalam rangka memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pada sisi lain, pengembangan lembaga pendukung pemasaran produk seperti *trading house* atau rumah dagang dan pusat-pusat pemasaran produk UMKM lainnya seperti *trading board* perlu terus dikembangkan, mulai dari tingkat kabupaten/ kota, propinsi, pusat dan di luar negeri.

Keempat, meningkatkan kewirausahaan dan kemampuan UMKM. Jiwa dan semangat kewirausahaan yang dimiliki oleh UMKM Indonesia secara umum masih rendah. Rendahnya kewirausahaan UMKM dapat dilihat dari kurangnya kreativitas dan inovasi serta keberanian dalam

pengambilan keputusan. Secara umum, UMKM Indonesia besar karena ketergantungan dari program pemerintah. Hal ini tampak nyata sebelum Indonesia terkena krisis moneter yang berdampak pada krisis multi dimensi. Ketika itu, tampak sekali, banyak usaha menengah dan besar tidak mampu meneruskan bisnisnya karena terlilit hutang luar negeri, baik hutang modal dan bahan baku impor. Oleh karena itu, ke depan kita harus mampu mengembangkan wirausaha-wirausaha yang tangguh yang berbasis pada sumberdaya lokal atau *resources based*. Untuk pengembangan kewirausahaan ini, pemerintah sudah dan akan terus mendorong pengembangan inkubator bisnis, baik di perguruan tinggi maupun melalui peran dunia usaha besar. Selain itu, pengembangan modal ventura juga akan lebih digalakkan agar para pengusaha-pengusaha baru ini dapat kemudahan akses permodalan awal melalui modal ventura.

Kelima, Pemberdayaan Usaha Skala Mikro. Program ini ditujukan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha, sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan siap untuk tumbuh serta bersaing. Program ini akan memfasilitasi peningkatan kapasitas usaha mikro dan keterampilan pengelolaan usaha serta sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan, dan pembinaan usaha.

Program ini memuat kegiatan-kegiatan pokok antara lain mencakup:

1. Penyediaan kemudahan dan pembinaan dalam memulai usaha, termasuk dalam perizinan, lokasi usaha, dan perlindungan usaha dari pungutan informal;
2. Penyediaan skim-skim pembiayaan alternatif tanpa mendistorsi pasar, seperti sistem bagi hasil dari dana bergulir, sistem tanggung renteng, atau jaminan tokoh masyarakat setempat sebagai pengganti agunan;
3. Penyelenggaraan dukungan teknis dan pendanaan yang bersumber dari berbagai instansi pusat, daerah, dan BUMN yang lebih terkoordinasi, profesional, dan institusional;
4. Penyediaan dukungan terhadap upaya peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga keuangan mikro (LKM);
5. Penyelenggaraan pelatihan budaya usaha dan kewirausahaan, serta bimbingan teknis manajemen usaha;
6. Penyediaan infrastruktur dan jaringan pendukung bagi usaha mikro serta kemitraan usaha;
7. Fasilitasi dan pemberian dukungan untuk pembentukan wadah organisasi bersama di antara usaha mikro, termasuk pedagang kaki lima, baik dalam bentuk koperasi maupun asosiasi usaha lainnya, dalam rangka meningkatkan posisi tawar dan efisiensi usaha;
8. Penyediaan dukungan pengembangan usaha mikro tradisional dan perajin melalui pendekatan pembinaan sentra-sentra produksi/klaster disertai dukungan penyediaan infrastruktur yang makin memadai; dan
9. Penyediaan dukungan dan kemudahan untuk pengembangan usaha ekonomi produktif bagi usaha mikro/sektor informal dalam rangka mendukung pengembangan ekonomi pedesaan, terutama di daerah tertinggal dan kantong-kantong kemiskinan.

Keenam, Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat, sesuai dengan jati dirinya menjadi wadah kepentingan bersama bagi anggotanya untuk memperoleh efisiensi kolektif, sehingga citra koperasi menjadi semakin baik. Dengan demikian, diharapkan kelembagaan dan organisasi koperasi, baik primer maupun sekunder, akan tertata dan berfungsi dengan baik; infrastruktur pendukung pengembangan koperasi semakin lengkap dan

berkualitas; lembaga gerakan koperasi semakin berfungsi efektif dan mandiri; serta praktik berkoperasi yang baik (*best practice*) semakin berkembang di kalangan masyarakat luas.

Kemitraan CSR Suatu Alternatif Penguatan UMKM

Berbagai strategi dan program telah diupayakan dalam pemberdayaan UMKM. Namun demikian, semua strategi dan program tersebut tidak mungkin dilakukan sendiri oleh Kementerian Koperasi dan UKM secara khusus dan pemerintah pada umumnya mulai dari pusat sampai Propinsi dan Kabupaten/ Kota. Peran dan dukungan masyarakat, perguruan tinggi termasuk para pelaku bisnis dan stakeholders lainnya juga sangatlah penting. Keterbatasan sumberdaya yang dimiliki oleh pemerintah perlu didukung oleh sumberdaya yang lain termasuk oleh para pelaku bisnis itu sendiri. Tanpa ada kemauan dari para pelaku bisnis untuk melakukan perbaikan, bagaimanapun besarnya sumberdaya yang dialokasikan akan sia-sia saja. Jadi sinergitas didalam pemberdayaan UMKM menjadi kunci penentu dalam rangka membangun UMKM yang tangguh dan berdaya saing tinggi di masa depan.

Salah satu sinergitas yang telah banyak dilakukan di luar negeri, adalah kerjasama atau kemitraan antara UMKM dengan usaha besar. Kemitraan yang ideal dilandasi adanya keterkaitan usaha, melalui prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan kita kenal dengan "*win-win solution*". Praktek seperti ini telah banyak dikembangkan, baik dalam pola sub-kontrak, wara laba, inti-plasma, dan pola-pola kemitraan lainnya. Perusahaan besar yang bergerak di sektor otomotif (Toyota, Honda dan lainnya); di sektor elektronik (Sony, Toshiba, Panasonic); di sektor makanan (Mc. Donald, Kentucky Fried Chicken, Es Teller 77); sektor perkebunan dan perikanan (sawit, tambak udang, dan rumput taut) merupakan beberapa contoh dalam penerapan polapola kemitraan.

Melalui pola kemitraan ini, diharapkan terjadinya alih teknologi dan manajemen dari perusahaan besar kepada yang lebih kecil. Di samping itu, pola kemitraan akan mendorong adanya peningkatan daya saing UMKM. Kemitraan akan membangun adanya kepastian pasokan produk, karena semuanya diatur dalam kesepakatan dalam bentuk kontrak.

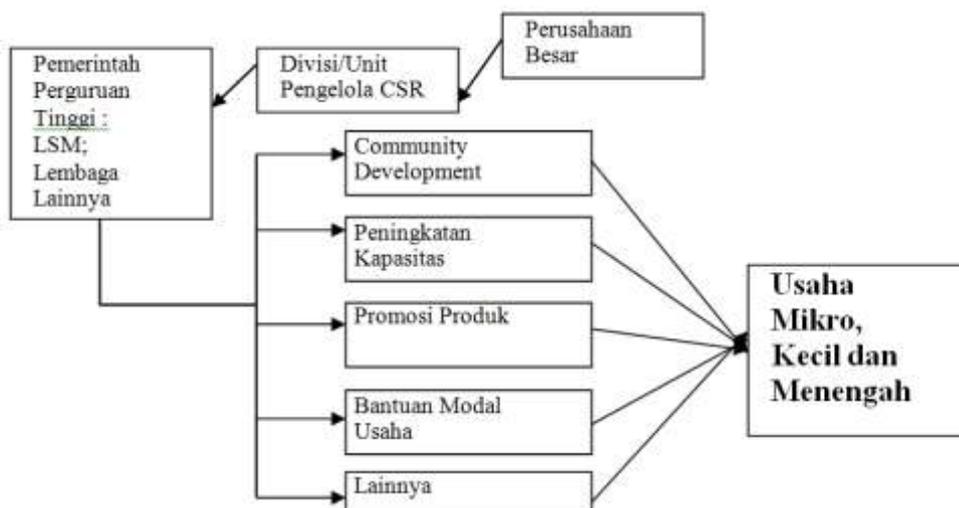
Selain kemitraan yang didasarkan pada inter-relasi atau keterkaitan usaha, di banyak negara juga dikembangkan program kemitraan yang didorong karena kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya usaha mikro dan kecil. Pola kepedulian perusahaan besar dalam bentuk sosial seperti ini yang sering disebut Corporate Social Responsibility (CSR) telah banyak dikembangkan. CSR sebagai salah satu solusi kemitraan dapat memperkuat daya saing UMKM. Kemitraan kuat akan mendorong UMKM kuat. Dalam kaitan ini, kepedulian perusahaan besar akan memberi manfaat kepada kedua belah pihak, khususnya dalam rangka pengurangan dampak gejolak sosial sebagai akibat adanya kecemburuan sosial - si kaya semakin kaya dan si miskin semakin miskin. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR ini dapat dilakukan dalam berbagai pola, seperti community development, peningkatan kapasitas, promosi produk, bahkan perkuatan permodalan bagi Usaha Mikro dan Kecil. Ali (2007) secara spesifik menyebutkan bahwa CSR bisa diarahkan agar UMKM bisa dibantu dalam inovasi packaging, inovasi branding, inovasi produk, serta penampilan produk. Selain hal-hal tersebut, bentuk program CSR lainnya yang juga bisa dilakukan adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM.

Secara umum pola pengembangan program dapat dilakukan dalam beberapa pilihan berikut ini

Pola 1
Program CSR yang ditangani langsung Perusahaan Besar



Pola 2
Program CSR yang Dikerjasamakan



Pola pengelolaan program CSR oleh perusahaan besar sangat tergantung pada kemampuan internal perusahaan. Ada perusahaan yang memiliki dukungan sumberdaya manusia cukup sehingga Divisi/Unit CSR yang dibentuk bisa langsung menangani kegiatan yang akan dilakukan. Namun, tidak jarang juga mengingat keterbatasan kemampuannya dalam memberikan pendampingan kepada UMKM, Divisi/Unit pengelola CSR dapat bekerjasama dengan pemerintah, perguruan tinggi, lembaga riset, LSM dan lembaga lainnya.

Untuk mendorong iklim usaha yang lebih kondusif dan membangun kesadaran perusahaan besar melalui program CSR dalam penguatan UMKM, beberapa upaya yang perlu dilakukan adalah:

1. Pemerintah harus mengeluarkan kebijakan untuk mendorong program CSR bagi pengembangan UMKM, bisa dalam bentuk undang-undang (UU), Peraturan Presiden atau Peraturan Menteri dan paling sedikit harus mengatur: (a) Tujuan dan Sasaran CSR; (b) Penetapan Besaran CSR; (c) Hak dan Kewajiban Perusahaan Besar; (d) Hak dan Kewajiban UMKM; (e) Penggunaan CSR dan (f) Peran Pemerintah Pusat dan Daerah;
2. Setiap kebijakan yang dikeluarkan dikawal dan dilaksanakan dengan penuh komitmen dan konsisten mulai dari tingkat pusat sampai daerah;

3. Bagi perusahaan besar yang memberikan kontribusi dan prestasi yang besar dan baik dalam penguatan UMKM seyogyanya diberikan penghargaan atau reward sehingga mampu menumbuhkan semangat dan gairah bagi perusahaan besar lainnya yang belum menunjukkan prestasi.

Penutup

Pemerintah tidak mungkin sendirian dalam mengembangkan UKM. Keterlibatan berbagai pihak stakeholders, termasuk perusahaan besar dalam pengembangan UKM menjadi sangat penting. Kehadiran dan kepedulian perusahaan besar melalui program CSR telah terbukti banyak membantu dalam pengembangan UKM di banyak negara di dunia.

Kepedulian perusahaan besar dengan program kemitraan pola CSR juga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak, khususnya dalam rangka pengurangan dampak gejala sosial sebagai akibat adanya kecemburuan sosial si kaya semakin kaya dan si miskin semakin miskin. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR ini dapat dilakukan dalam berbagai pola, seperti *community development*, peningkatan kapasitas, promosi produk, bahkan perkuatan permodalan bagi Usaha Mikro dan Kecil. Bentuk program CSR lainnya adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM.

Guna mempercepat program CSR, beberapa upaya yang perlu dilakukan adalah:

1. Pemerintah harus mengeluarkan kebijakan untuk mendorong program CSR bagi pengembangan UMKM, bisa dalam bentuk undang-undang (UU), Peraturan Presiden atau Peraturan Menteri dan paling sedikit harus mengatur: (a) Tujuan dan Sasaran CSR; (b) Penetapan Besaran CSR; (c) Hak dan Kewajiban Perusahaan Besar; (d) Hak dan Kewajiban UMKM; (e) Penggunaan CSR dan (f) Peran Pemerintah Pusat dan Daerah;
2. Setiap kebijakan yang dikeluarkan dikawal dan dilaksanakan dengan penuh komitmen dan konsisten mulai dari tingkat pusat sampai daerah;
3. Bagi perusahaan besar yang memberikan kontribusi dan prestasi yang besar dan baik dalam penguatan UMKM seyogyanya diberikan penghargaan atau *reward* sehingga mampu menumbuhkan semangat dan gaerah bagi perusahaan besar lainnya yang kurang menunjukkan prestasinya.

Daftar Pustaka

Ali, Suryadharma, (2007). *Kembangkan Lembaga Keuangan Mikro dari Dana CSR* (Wawancara dalam Majalah Bisnis & CSR: Reference for Decision Maker).

I Wayan Dipta, (2008), *Strategi Penguatan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui kerjasama kemitraan pola CSR*, Majalah Infokop Kementerian Negara Koperasi dan UKM September 2008. Jakarta

Pengukuran dan Analisis Ekonomi Kinerja Penyerapan Tenaga Kerja, Nilai Tambah UKM serta Perannya Menurut Harga Konstan dan Berlaku Tahun 2006. Kerjasama Badan Pusat Statistik dengan Program Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jakarta.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004-2009 Republik Indonesia. Jakarta.

Pengangguran. Kian Berat, Tantangan Penciptaan Lapangan Kerja. Kompas, Senin, 30 April 2007. Jakarta.

Anonymous, (2000). *White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan IT Revolution, Cashflow Management and Equity Culture.* Japan Small Business Research Institute.

Said, Adri & N. Ika Widjaja, (2007). *Akses Keuangan UMKM. : Buku Panduan untuk Membangun Akses Pembiayaan bagi Usaha Menengah, Kecil dan Mikro dalam Konteks Pembangunan Daerah.* Konrad Adenauer Stiftung.