

PELATIHAN PEMAHAMAN PELUANG DAN TANTANGAN UMKM DI ERA MEA

Dr. Annaria Magdalena M dan Robert Pius Pardede,
Email : anna.jkt29@yahoo.com

ABSTRAK

E-commerce disebut sebagai salah satu terobosan bagi kebangkitan UMKM di Indonesia, khususnya yang bergerak di industri kreatif karena berpotensi memperluas kesempatan bagi produk lokal untuk semakin berkembang dan dikenal di luar negeri.. Pengembangan serta pemberdayaan UMKM adalah langkah yang strategis, apalagi kenyataannya UMKM memiliki peranan yang besar dalam penyediaan lapangan pekerjaan. MEA 2015 yang dihadapi negara-negara di ASEAN, adalah alasan yang mengharuskan pelaku UMKM kita untuk siap dalam meningkatkan kualitas produk melalui kreativitas dan inovasi. Hal ini termasuk mempertahankan serta meningkatkan standar, desain dan kualitas produk agar dapat diterima oleh pasar secara global. Persaingan yang semakin ketat, dengan terbukanya pasar didalam negeri dan pasar global, menimbulkan kebutuhan tidak saja pelatihan namun juga pendampingan bagi UMKM

Kata kunci : UMKM, Kualitas Produk, e-Commerce

ABSTRACT

E-commerce is referred to as one of the breakthroughs for the rise of UMKM in Indonesia, especially for those who are engaged in the creative industry because it has the potential to expand opportunities for local products to grow and become known abroad. The development and empowerment of UMKM is a strategic step, especially the UMKM has a large role in providing employment. The 2015 AEC that is faced by countries in ASEAN, is a reason that requires our UMKM to be ready to improve product quality through creativity and innovation. This includes maintaining and improving the standards, design and quality of products to be accepted by the market globally. The existence of increasingly fierce competition in the open market in the country and global markets, raises the need for not only training but also assistance for the UMKM.

Keywords: MSMEs, Product Quality, e-Commerce

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Salah satu kelebihan UMKM adalah daya tahannya dalam menghadapi kondisi krisis. Di Indonesia, UMKM telah terbukti mampu bertahan dari goncangan ekonomi dan menjadi penyelamat

bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun 1997 dan krisis global 2008. Hal ini antara lain disebabkan oleh fleksibilitas UMKM seperti dalam proses produksinya, berkembang dengan modal sendiri, serta tidak bergantung pada hutang luar negeri.

Kemunculan e-dagang atau lazim disebut e-commerce beberapa tahun belakangan ini disebut-sebut

sebagai salah satu terobosan bagi kebangkitan UMKM di Indonesia, khususnya yang bergerak di industri kreatif. E-dagang berpotensi dapat memperluas kesempatan bagi produk lokal untuk semakin berkembang dan dikenal di luar negeri.

MEA 2015 yang dihadapi negara-negara di ASEAN, menuntut UMKM untuk mempertahankan serta meningkatkan standar, desain dan kualitas produk sehingga dapat diterima oleh pasar global. Persaingan yang semakin ketat, membuat pembinaan dan pengembangan UMKM makin penting agar dapat meningkatkan kemandirian mereka. Kemandirian ini dapat berimbas pada pendapatan, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan.

1.2 Tujuan Kegiatan.

Kegiatan ini bertujuan untuk sosialisasi era MEA kepada para pelaku UMKM di Kota Bogor agar dapat menyesuaikan dengan tuntutan pasar dan kemajuan teknologi.

1.3 Manfaat Kegiatan.

Manfaat kegiatan ini adalah diterimanya informasi pasar produksi atau pasar komoditas yang diperlukan, misalnya (1) jenis barang atau produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen di daerah tertentu, (2) bagaimana daya beli masyarakat terhadap produk tersebut, (3) berapa harga pasar yang berlaku, (4) selera konsumen pada pasar lokal, regional, maupun internasional. Informasi pasar yang lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk

membuat perencanaan usahanya secara tepat, misalnya : (1) membuat desain produk yang disukai konsumen, (2) menentukan harga yang bersaing di pasar, (3) mengetahui pasar yang akan dituju, dan banyak manfaat lainnya, (4) memperluas jaringan pemasarannya.

1.4 Tinjauan Pustaka.

Tepatnya pada tanggal 31 Desember (2015), tatanan kehidupan ekonomi masyarakat ASEAN akan berubah dengan adanya MEA, yaitu terjadinya integrasi yang berupa “free trade area” (area perdagangan bebas), penghilangan tarif perdagangan antar negara ASEAN, serta pasar tenaga kerja dan pasar modal yang bebas. Hal ini akan sangat berpengaruh pada pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara ASEAN dengan persaingan ketat produk dalam dan luar negeri.

Koran SINDO, (Edisi Kamis 14 Januari 2016), Pemberlakuan MEA pada satu sisi akan memberikan peluang karena terjadinya arus bebas barang, jasa, investasi, modal, dan tenaga kerja terampil. Dengan adanya MEA akan mendorong kawasan ASEAN menjadi lebih terintegrasi, dinamis dan kompetitif dalam menghadapi persaingan dagang kawasan dan global.

Banyak tantangan yang harus dihadapi oleh UKM dalam menghadapi MEA tersebut antara lain yaitu :

1. Pola pikir masyarakat Indonesia masih lebih cenderung mengkonsumsi produk atau jasa dari luar negeri dibandingkan dari dalam negeri. Menentukan harga yang bersaing dan

- terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk merupakan tantangan tersendiri bagi UKM.
2. Masih lemahnya infrastruktur seperti akses transportasi menyebabkan biaya ekonomi menjadi lebih tinggi terutama juga bagi sektor produksi dan bagi pasar. Sinkronisasi program dan kebijakan pemerintah pusat dan daerah sangat perlu dilakukan agar birokrasi menjadi efisien dan dapat berpihak pada pebisnis sehingga UKM pun siap menghadapi MEA.
 3. UKM menghadapi keterbatasan akses finansial karena masih adanya keraguan bank terhadap UKM dalam memberikan pinjaman. Oleh karena itu, Pemerintah pun perlu proaktif memberikan penyuluhan dan pelatihan serta memberikan ruang bagi para pengusaha UKM untuk saling berbagi pengalaman. Sehingga UKM pun akan siap menghadapi MEA.
 4. Keterbatasan UKM dalam memanfaatkan teknologi karena kurangnya pengetahuan dan akses sehingga aktivitas promosi terbatas dan menjadi penghambat bagi UKM untuk memperluas target pasarnya dalam menghadapi MEA. Mahalnya biaya untuk menyesuaikan standar dan sertifikasi internasional juga menjadi penghambat untuk memperluas akses pasar. Hal Ini juga ada hubungannya dengan SDM yang masih kurang berkompeten dalam mengembangkan UKM. Masih banyak pelaku UKM yang belum memahami implikasi dan manfaat dari perdagangan bebas ini.

5. Investasi UKM pada pengembangan dan penelitian produk atau jasa masih sangat rendah karena UKM lebih fokus kepada pemasaran atau kebutuhan operasionalnya.
6. Banyak UKM yang belum memiliki perencanaan bisnis yang belum matang. Banyak pemilik UKM yang belum mengetahui adanya layanan konsultasi bisnis dan belum memahami pentingnya konsultasi bisnis untuk perencanaan jangka pendek dan jangka panjang.

Sinergi antar lini mutlak diperlukan agar produk dalam negeri yang dihasilkan oleh pelaku usaha UMKM memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar global. Dukungan berupa pelatihan, pendampingan serta penyediaan fasilitas akan sangat membantu peningkatan pengembangan UMKM di Indonesia walaupun harus menghadapi segala keterbatasannya.

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Waktu Pelaksanaan.

Kegiatan ini merupakan kerjasama Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor dengan STIE Kesatuan yang dilaksanakan pada tanggal 14 – 15 Februari 2017 di gedung Graha Pool Jl. Merdeka No.110, Ciwaringin, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16111.

2.2 Kerangka Pemecahan Masalah.

Tabel 1. Permasalahan MEA Bagi UMKM dan Solusi Yang Ditawarkan

	Permasalahan	Solusi
	Pemahaman UMKM terhadap MEA	Pemaparan tentang MEA dan penerapannya
	Kesiapan UMKM pada ERA MEA	Penjelasan tentang pentingnya adaptasi usaha pada ERA MEA
	Regulasi di ERA MEA	Beberapa produk regulasi di ERA MEA

2.3 Khalayak Sasaran Antara Yang Strategis.

Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM di wilayah Kota Bogor. Pertimbangannya adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha khususnya di ERA MEA saat ini, yang akan memberikan dampak berbeda terhadap pengelompokan usaha sebagaimana dimaksud pada UMKM, yaitu masing-masing usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Dengan dilakukannya sosialisasi diharapkan para pelaku UMKM mendapat gambaran tentang situasi dan kondisi pada ERA MEA sehingga dapat melakukan persiapan-persiapan adaptasi dalam kegiatan usahanya

Pertimbangan selanjutnya, adalah fungsi dari STIE Kesatuan sebagai Perguruan Tinggi yang memiliki peran dalam Pengabdian Kepada Masyarakat. Berkaitan pada kegiatan ini yang bertema Dimana

dalam kegiatan ini adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami MEA dan melakukan persiapan-persiapan yang diperlukan. Melalui bidang keilmuan pemasaran berkesempatan untuk mengimplementasikan bidang keilmuannya guna membantu pelaku UMKM.

2.4 Metode Kegiatan.

Karena pelatihan ini lebih bersifat penyampaian informasi maka metode yang digunakan, adalah Ceramah Kelas dan Presentasi Slide untuk menampilkan beberapa peraturan dan perundangan yang berkaitan dengan MEA. Bahan ceramah dan slide dicopy untuk dibagikan kepada peserta.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil.

Kegiatan berlangsung lancar dan tertib meskipun materi yang paparkan terkesan awam bagi peserta. Hal tersebut terungkap ketika diberikan pertanyaan “apakah sudah ada yang memahami MEA?”. Jawaban yang terdengar dari sebagian kecil peserta, adalah pernah mendengar kata MEA, namun belum memahami apa arti MEA dan isi dari MEA tersebut.

Peserta yang hadir adalah pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha dan produk, maka tanggapan yang munculpun beragam. Dari kelompok usaha mikro cenderung merasa tidak memerlukan informasi tentang MEA dengan alasan, bahwa usaha mereka ditujukan untuk konsumsi lokal (masyarakat di mana kegiatan usaha dilakukan). Pada umumnya usaha mikro berbentuk

usaha olahan makanan dan jajanan. Dapat dicontohkan usaha micro antara lain :

1. Usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya;
2. Industri makanan dan minuman, industri meubelair pengolahan kayu dan rotan, industri pandai besi pembuat alat-alat;
3. Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar dan lain- lain;
4. Peternakan ayam, itik dan perikanan;
5. Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salonkecantikan, ojek dan penjahit (konveksi).

Sedangkan kelompok usaha kecil, dapat dicontohkan sebagai berikut :

1. Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja;
2. Pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya;
3. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan;
4. Peternakan ayam, itik dan perikanan;
5. Koperasi berskala kecil.

Pada skala usaha yang terkategori usaha kecil dalam UMKM tidak menutup kemungkinan terus tumbuh menjadi usaha menengah bahkan usaha besar.

Usaha menengah dapat dicontohkan sebagai berikut :

1. Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah;

2. Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor dan impor;
3. Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar provinsi;
4. Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam;
5. Usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.

Untuk pelaku usaha yang terkategori menengah berpotensi untuk terlibat dalam MEA terlebih yang telah melakukan ekspor. UMKM yang terkategori menengah ini sudah harus beradaptasi untuk mempersiapkan dan menyesuaikan diri dalam usahanya sesuai dengan kebijakan MEA.

Campur tangan pemerintah dalam mensupport kesiapan UMKM dari semua kategori yang diutarakan di atas, adalah penting baik dari sisi regulasi maupun bimbingan teknis karena dari peserta yang hadir belum satupun memahami MEA dari sisi regulasi maupun teknis atau mekanisme pelaksanaannya. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi terkait regulasi maupun pembinaan yang bersifat teknis.

Berdasarkan kebijakan ASEAN, Pasar bebas MEA ini terfokus pada dua belas sektor yang menjadi prioritas, yaitu berupa tujuh sektor barang meliputi industri pertanian, peralatan elektronik, otomotif, perikanan, industri berbasis karet, industri berbasis kayu, dan tekstil. Pada sektor jasa meliputi pariwisata, teknologi informasi, logistik, pelayanan kesehatan dan lain sebagainya.

3.2 Pembahasan

Sejak bulan Januari 2016 lalu ASEAN resmi membuka pasar bebas yang dikenal dengan sebutan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) atau ASEAN *Economic Community*. Pembukaan pasar bebas ini berarti bahwa setiap barang dan jasa nantinya akan bebas keluar masuk antar negara di ASEAN. Terutama pembangunan integrasi ekonomi agar bisa mengurangi biaya transaksi perdagangan dan peningkatan fasilitas bisnis serta daya saing ekonomi UMKM.

Tentu perubahan kebijakan antar negara-negara ASEAN yaitu Indonesia, Singapura, Thailand, Brunei Darussalam, Malaysia, Filipina, Vietnam, Laos, Myanmar dan Kamboja sangat membantu peningkatan kualitas ekonomi masing-masing negara. Jaminan kontinuitas dan kualitas merupakan hal yang penting diperhatikan mengingat kontinuitas merupakan jaminan bagi bergulirnya proses pasar dan kualitas merupakan jaminan keberlangsungan sustainabilitas antara konsumen dengan produsen. Meski demikian beberapa pasar seperti China yang mementingkan kuantitas dibandingkan kualitas tentu menjadi salah satu pesaing yang tidak boleh dipandang sebelah mata.

Bagi UMKM di Indonesia, keberadaan MEA tentu menjadi salah satu momentum yang dapat memberikan keuntungan atau sebaliknya. Karena persaingan akan semakin beragam, maka UMKM Indonesia perlu melakukan adaptasi-adaptasi baik dari segi kualitas produk, kontinuitas produk dan budaya dalam melaksanakan kegiatannya (usaha).

Tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas produk UMKM Indonesia masih tertinggal oleh Thailand dan Malaysia bahkan Vietnam. Keadaan tersebut perlu mendapat perhatian dari para pelaku usaha UMKM, pemerintah dan juga politik.

Kontinuitas produk merupakan jaminan bagi keberlangsungan pasar hal ini harus dipahami oleh UMKM dalam negeri, bahkan seringkali menjadi jaminan dalam proses jual beli (transaksi). Para Distributor dan juga Trader suatu produk biasanya akan meminta jaminan kontinuitas dari Produsen, terlebih apabila produk yang dipasarkan diminati oleh pasar. Disamping itupun UMKM harus melakukan upaya mendapatkan pasar langsung, karena selama ini kebanyakan pelaku usaha UMKM membuat produknya berdasarkan pesanan dari para trader.

Budaya juga merupakan faktor utama yang sangat penting, karena berkaitan dengan mental dalam berwirausaha. Perlu peningkatan wawasan berusaha berupa sikap dan motivasi dalam memperbanyak komunikasi dengan pasar dan melakukan pengamatan melalui fasilitas internet yang berkaitan dengan disain produk dan tuntutan pasar.

Pemerintah Kota Bogor terutama dinas terkait, telah melakukan upaya untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap pelaku usaha UMKM. Namun upaya tersebut dirasakan belum cukup, karena peningkatan SDM tidak cukup hanya dengan pembekalan dan pelatihan, tetapi juga diperlukan adanya pendampingan. Mungkin dibutuhkan suatu bagian atau unit khusus di Dinas Koperasi dan

UMKM Kota Bogor yang dengan kontinu memantau perkembangan MEA dan kebutuhan-kebutuhan produk untuk pasar MEA.

Adanya persaingan dalam kualitas dan jaminan kontinuitas yang semakin ketat oleh pasar yang lebih luas, maka perlu adanya penataan mekanisme penjualan, misalnya dengan pemangkasan anggaran distribusi namun delivery barang lebih cepat dan murah.

Sisi lain yang tidak kalah penting adalah dukungan politik yang berpihak kepada UMKM terutama penekanan pada penggunaan produk Nasional, sehingga barang yang diproduksi mempunyai pasar di dalam negeri sendiri. Memberikan kemudahan-kemudahan dalam kebijakan yang berpihak pada UMKM, seperti perijinan dan kemudahan mengakses modal.

BAB IV P E N U T U P

4.1 Kesimpulan

Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM dalam melakukan adaptasi di Era MEA, adalah :

1. Mempelajari mekanisme MEA terkait pasar bebas dan jenis-jenis produk yang disepakati dalam MEA. .
2. Memahami regulasi pemerintah yang dikeluarkan terkait MEA melalui sosialisasi berkala bagi pelaku UMKM.
3. Adaptasi dalam hal kualitas produk seperti bahan baku, proses produksi dan pelaksanaan terkait kualiti kontrol.

4. Inovasi produk, seperti disain dan manfaat produk termasuk di dalamnya kemasan produk.
5. Jaminan kontinuitas untuk ketersediaan barang bagi konsumen.
6. Perlu membudayakan semangat wirausaha dan memacu motivasi bagi pelaku usaha

4.2 Saran.

Beberapa saran terkait adaptasi menghadapi era MEA, adalah:

1. Perlu peningkatan pembekalan dan pelatihan dalam peningkatan sumber daya manusia oleh Pemerintah Kota Bogor melalui Dinas Koperasi dan UMKM melalui pendampingan dengan melibatkan pihak swasta yang sudah maju dan pihak perguruan tinggi
2. Pihak pemerintah memberikan sosialisasi dan informasi terkait aturan main dan regulasi perdagangan bebas di Era Mea.
3. Pemerintah turut membantu dalam hal pemasaran produk UMKM sesuai dengan ketentuan yang disepakati dalam MEA.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 2012. Metode Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
- Anggy, Contoh Usaha Micro, Kecil dan Menengah. Ekonomi Koperasi dan UKM.
- Caroline Mechaela, 2016. Dampak MEA Bagi UMKM di Indonesia. Dalam Artikel Growing Your Business.
- Kementerian Luar Negeri RI, 2016. Geliat Umkm Di Era Mea Media. Publikasi Direktorat

- Jenderal Kerja Sama Asean
Edisi 12 / Juni 2016
Koran SINDO, 2016. Strategi
UKM Hadapi MEA.
Jurnalis · Kamis 14 Januari.
Jakarta - Tanggal 31
Desember2015
- Sabirin, 2016. Era Persaingan Pasar
Bebas Usaha Mikro Kecil
Menengah (UMKM)
Indonesia Siap Atau Tidak?.
IG/BLOG :
Sabirinsaiga/sabirinsaiga19.blogs
pot.com
- Teguh Riyanto, 2015. Tantangan
Ukm Dalam Menghadapi
Mea.
<https://zahiraccounting.com> ›
[Home](#) › [Akuntansi](#) ›
[Ekonomi](#)
- Yuswar Zainul Basri dan Mahendro
Nugroho, 2009, Ekonomi
Kerakyatan: Usaha Mikro,
Kecil dan Menengah
(Dinamika dan
Perkembangan), Jakarta,
Trisakti. Contact & Visit
Us: info@slmlawyers.com