

# **STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DAN KOPERASI DALAM MENGHADAPI AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY) : SUATU TELAAH KEPUSTAKAAN**

## **THE STRATEGY OF ENHANCING COMPETITIVENESS AND COOPERATION IN DEALING SMEs AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY): A LITERATURE BASED STUDY**

**Fitri Nuraini<sup>1</sup>, Rieska Maharani<sup>2</sup> dan Andrianto<sup>3</sup>**

*Dosen Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surabaya, Jl. Sutorejo 59 Surabaya*

*E-mail : ftr\_account@yahoo.co.id*

### **Abstrak**

*Belum kuatnya kondisi pondasi perekonomian Indonesia membuat pemerintah lebih terdorong untuk selalu meningkatkan serta membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan sektor UMKM. Sektor ini telah terbukti mampu bertahan dari gejolak krisis yang lebih banyak diakibatkan oleh buruknya sektor-sektor yang lebih berpedoman pada kapitalis/korporasi besar. Disamping sektor UMKM yang menjadi perhatian pemerintah, sektor koperasi sebagai soko guru perekonomian juga telah menjadi perhatian pemerintah. Sektor koperasi telah banyak turut memberikan sumbangsih yang tidak sedikit terhadap masyarakat bawah. Namun keberadaan kedua sektor tersebut dirasakan masih terdapat kendala dalam menghadapi pesaing-pesaing dari negara lain lingkup ASEAN, seiring dengan telah diberlakukan era pasar bebas ASEAN (AEC). Agar tidak kalah bersaing, pemerintah terdorong untuk membuat strategi dalam peningkatan daya saing di berbagai pasar persaingan baik pasar domestic maupun internasional. Kedua sektor tersebut tidak terlindas oleh ketatnya persaingan usaha dari negara lingkup ASEAN. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan sinergi yang berkelanjutan dari semua pihak terutama dari pemerintah dan pelaku sektor UMKM dan koperasi. Dan dengan munculnya era pasar bebas ASEAN (AEC) nantinya diwujudkan dengan melakukan integrasi ekonomi, yaitu aliran barang, jasa, investasi maupun tenaga kerja terdidik dan terlatih antar negara ASEAN untuk mewujudkan pembangunan di negara ASEAN.*

**Kata kunci :** *UMKM, Koperasi, Peningkatan daya saing, AEC.*

### **Abstract**

*The weak economic foundation of the Indonesia made motivate the government to improve and develop economic structures by considering the SME sector. This sector proved that they able to withstand the turmoil, compared to sectors that are more guided by the capitalist/ large corporations. Government also paid attention to the cooperative sector as a pillar of the national economy. The cooperative sector has been contributing a big share on the lower economic society. However, these two sectors still have obstacles in facing competitors from other countries in ASEAN, along the incoming ASEAN free trade era (AEC). In order to make them competitive, the government was compelled to create a strategy to increase their competitiveness in various market competition, both domestic*

*and international markets. Both of these sectors are not crushed by the tight competition in ASEAN. To achieve this, a sustainable synergy is needed, especially from the government and the subjects of the SME sector and cooperatives. Along with the emergence of ASEAN free market (AEC), it will be real it will be manifested through economic integration, namely the flow of goods, services, investment and skilled and educated labor force among ASEAN countries to achieve development in ASEAN countries.*

*Keywords: SMEs, cooperatives, improved competitiveness*

## **Pendahuluan**

Belum kuat dan kokohnya pondasi perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus selalu memberdayakan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dan juga pemberdayaan sektor lainnya yaitu, sektor koperasi. Sektor koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia untuk turut serta selalu diberdayakan. Hal ini dikarenakan kedua sektor tersebut mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM serta kebutuhan ekonomi anggota atau calon anggota bagi koperasi untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*Capital Expensive*). Eksistensi UMKM dan koperasi memang tidak diragukan lagi karena terbukti telah mampu berdiri dan bertahan serta menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pada saat krisis ekonomi.

Pada saat krisis ekonomi tahun 1998 koperasi dan UMKM mampu bertahan di pasar karena pesaing-pesaingnya dari pelaku ekonomi lainnya mengalami kehancuran karena terlilit utang, sehingga tidak mampu bertahan dan bersaing di pasar domestik. Dengan kondisi pasar domestik yang normal maka para pelaku UMKM dan koperasi tidak boleh terlena, karena pada kondisi pasar yang normal memungkinkan pesaingnya tidak mudah dikalahkan apalagi untuk disingkirkan. Untuk itu pelaku UMKM dan koperasi mampu menghadapi berbagai persaingan yang terjadi di pasar, maka koperasi dan UMKM harus bisa memfokuskan pada kerjasama pasar untuk mendapatkan harga yang kompetitif, menghindari terjadinya kelangkaan persediaan, dan jaminan kualitas produk yang lebih baik. Dengan memfokuskan pada ketiga hal tersebut diharapkan pelaku pasar UMKM dan koperasi mampu bersaing secara kompetitif di pasar domestic maupun internasional.

Namun, disisi lain pelaksanaan peningkatan daya saing usaha dalam pelaku UMKM dan Koperasi saat ini terkendala beberapa hambatan yang bila tidak mendapat perhatian dari pemerintah, maka dapat menghambat pertumbuhan usaha bagi pelaku UMKM dan Koperasi. Kendala-kendala yang selalu menjadi hambatan tersebut antara lain keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap, kurangnya permodalan, dan kualitas sumber daya manusia.

Disamping kendala-kendala dari pelaksanaan kegiatan pemberdayaan UMKM dan koperasi, adalah adanya liberalisasi perdagangan, seperti pemberlakuan ASEAN – China Free Trade Area (ACFTA) yang secara efektif telah diberlakukan sejak tahun 2010. Disisi lain, Pemerintah telah menyepakati perjanjian kerjasama ACFTA ataupun perjanjian lainnya, namun tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu kesiapan pelaku UMKM dan Koperasi agar mampu memiliki daya saing yang tinggi dalam menghadapi pelaku pasar UMKM dari negara asean. Apabila kondisi permasalahan diatas tidak segera diatasi oleh pemerintah dan sengaja dibiarkan, UMKM dan Koperasi yang disebut sebagai soko guru perekonomian serta penguat pondasi perekonomian Indonesia juga akan segera bangkrut. Oleh karena itu, dalam upaya memperkuat UMKM dan Koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia serta fundamental ekonomi nasional, perlu kiranya diciptakan iklim investasi domestik yang kondusif dalam upaya penguatan pasar dalam negeri agar pelaku UMKM dan Koperasi dapat menjadi penyangga (*buffer*) perekonomian nasional.

Perkembangan UMKM dan Koperasi dari tahun 2011–2015 mengalami peningkatan yang sangat besar dari segala tiap komponen usaha maupun jumlah keseluruhan usaha. Hal ini ditunjukkan dalam data tabel sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Perkembangan Koperasi Nasional Indonesia**  
**Tahun 2011 - 2015**

Tahun	Jml. Kop	Aktif	Tdk Aktif	Jml. Anggota	RAT /Unit	Modal Sendiri (Juta)	Modal Luar (Juta)	Volume Usaha (.Juta)	SHU (Juta)
2011	188.181	133.660	54.515	30.849.913	58.004	35.794.284	39.689.952	95.062.402	6.336.480
2012	194.295	139.321	54.974	33.869.439	65.986	51.422.621	51.403.537	119.182.690	6.661.925
2013	203.701	143.117	60.584	35.258.176	67.672	89.536.290	80.840.572	125.584.976	8.110.179
2014	209.488	147.249	62.239	36.443.953	80.008	105.800.829	94.861.986	189.858.671	14.898.647
2015	212.135	150.123	61.912	37.783.160	58.107	142.650.992	99.794.403	266.134.609	17.320.663

Sumber : ( [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) )

**Tabel 2**  
**Perkembangan usaha Mikro, Kecil & Menengah ( UMKM )**  
**Tahun 2011 - 2014**

Keterangan	Satuan	Tahun			
		2011	2012	2013	2014
<b>Unit Usaha</b>	Unit				
Usaha Mikro		53.504.416	54.559.969	55.856.176	57.189.393
Usaha Kecil		568.397	602.195	629.418	654.222
Usaha Menengah		42.008	44.280	48.997	52.106
<b>Tenaga kerja</b>	Orang				
Usaha Mikro		91.729.284	94.957.797	99.859.517	104.624.466
Usaha Kecil		3.768.885	3.919.992	4.535.970	5.570.231
Usaha Menengah		2.740.644	2.844.669	3.262.023	3.949.385
<b>PDB atas dasar harga berlaku</b>	( Rp. Milyar)				
Usaha Mikro		2.011.544	2.579.388	2.951.120	3.326.564
Usaha Kecil		596.884	740.271	798.122	876.385
Usaha Menengah		803.146	1.002.170	1.120.325	1.237.057

Sumber : ( [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) )

Berdasarkan data tabel perkembangan UMKM dan Koperasi dari tahun 2011 – 2015 selalu mengalami kenaikan terutama pada segmen unit usaha dan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa, seperti yang telah dikemukakan pada pernyataan diatas, bahwa sektor UMKM dan koperasi, merupakan salah satu sektor yang dapat menampung lebih banyak tenaga kerja, ditengah terpuruknya kondisi perekonomian akibat bangkrutnya sektor korporasi. Oleh karena itu, dengan semakin meningkatnya volume segmen tenaga kerja pada pelaku UMKM dan Koperasi, tentunya peningkatan daya saing produk akan tetap terjaga, asalkan pemerintah sebagai pemilik otoritas dalam pengelolaan kebijakan yang terkait dengan pengelolaan UMKM dan Koperasi, benar-benar serius memberikan pelatihan serta peningkatan kualitas SDM pada sektor UMKM dan Koperasi. Untuk menghadapi persaingan pasar bebas asean, tentunya semua segmen harus mendapat perhatian dari pemerintah, namun yang perlu diperhatikan tentu yang terpenting adalah kualitas SDM dari pelaku UMKM dan Koperasi, karena segmen ini merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu unit usaha dalam meningkatkan daya saing produk dalam menghadapi persaingan pasar bebas asean dari negara lain.

Sesuai dengan pilar utama yang tergas dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015, akan tercipta pasar tunggal di wilayah ASEAN. Pasar tunggal ini akan memunculkan aliran perdagangan barang, jasa, modal dan investasi secara bebas. Indonesia sebagai anggota ASEAN yang mempunyai jumlah penduduk yang paling

banyak ini akan sangat berpotensi menjadi pasar yang kuat untuk perdagangan barang dan jasa yang dihasilkan oleh negara-negara ASEAN. Dengan strategi peningkatan daya saing sektor UMKM dan koperasi menjadi faktor kunci agar mampu menghadapi kendala, tantangan dan memanfaatkan peluang dari implementasi *AEC 2015*.

Selain faktor –faktor diatas, ada beberapa pertimbangan dari aspek lingkungan yang perlu diperhatikan oleh UMKM dan Koperasi (Anwar Sitompul : 2010); (1) Lingkungan ekonomi, sudah ada pengumpulan data dan informasi tentang produk apa yang akan dipasarkan; (2) Lingkungan budaya, bangsa-bangsa di asean berbeda-beda dalam sikap, ritual, persepsi, motivasi dan moralitas yang akan mempengaruhi perilaku pasar, oleh sebab itu UMKM dan koperasi harus mengenal ciri khas budaya dari suatu negara hubungan bisnisnya antara lain kehidupan sosial, interaksi sosial, bahasa dan adat istiadat dan kepercayaan negara yang bersangkutan; (3) Lingkungan politik, suatu negara yang tampaknya kaya, bukan dalam merupakan jaminan untuk dimasuki, karena adanya ketidakstabilan dan ketidakpastian di bidang politik. Lingkungan politik yang tidak stabil akan berpengaruh dalam menjalin bisnis dengan pengusaha di negara tersebut karena akan menghadapi berbagi resiko, misalnya : kekerasan, pengambilalihan barang atau investasi yang berkaitan sekali dengan hal – hal tersebut; (4) Lingkungan hukum, pada saat melakukan hubungan bisnis dengan negara lain, yang perlu juga mendapat perhatian adalah undang- undang yang berkaitan dengan persaingan, penetapan harga, penetapan distribusi, produk, undang-undang tenaga kerja dan periklanan.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah seperti apa saja strategi yang harus dilakukan oleh sektor UMKM dan koperasi untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi *AEC*?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh sektor UMKM dan koperasi untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi *AEC*.

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dari kelompok usaha kecil maupun menengah. Hal ini dikarenakan, pelaku UMKM dapat digerakkan atau dijalankan mulai dari kelas bawah hingga kelas atas. Disamping itu juga modal yang digunakan dalam pelaku UMKM

tidaklah terlalu besar, sehingga dari data depkop diatas menunjukkan bahwa banyak masyarakat Indonesia terutama masyarakat kelas bawah sangat tertarik untuk menjadi pelaku UMKM. Bagi perekonomian Indonesia, sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan dan terbukti tahan banting dari gejolak inflasi dan krisis ekonomi.

### **Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Kriteria pelaksanaan usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah diatur dalam suatu undang-undang payung hukum. Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

#### **a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 tahun 2008.**

*UMKM memiliki kriteria sebagai berikut :*

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni :
  - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :
  - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria :

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan penjelasan kriteria UMKM diatas dapat disimpulkan bahwa kriteria yang diklasifikasi dalam kategori usaha mikro, kecil dan menengah didasarkan pada kekayaan bersih kecuali tanah dan bangunan tempat usaha serta hasil penjualan selama setahun.

#### **b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasar Perkembangan**

Selain berdasar Undang –undang tersebut diatas, dari sudut perkembangannya (menurut Rahmana dalam Sudaryanto : 2015) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu :

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Dari penjelasan kriteria UMKM diatas dapat disimpulkan bahwa kriteria UMKM didasarkan pada kriteria pelaku UMKM yang hanya dikategorikan sebagai informal dan

belum, telah memiliki jiwa kewirausahaan serta dalam kategori menuju Usaha Besar (UB).

### **Koperasi**

Definisi koperasi dapat ditinjau dari pemaparan para ahli ( Subandi : 2010 ) yaitu :

- a. Muhammad Hatta (1994) : Koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membel keperluan hidupnya. Mencapai keperluan hidupnya dengan ongkos yang semurah-murahnya, bukan keuntungan.
- b. ILO (dikutip oleh Edilius & Sudarsono : 1993) : Koperasi ialah suatu kumpulan orang, biasanya memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan, dan bersedia menanggung resiko serta menerima imbakannya yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan.
- c. Dr. G. Mladenata, didalam bukunya "*Histoire Desdactrines Cooprative*" mengemukakan bahwa koperasi terdiri atas produsen –produsen yang bergabung secara sukarela untuk mencapai tujuan bersama, dengan saling bertukar jasa secara kolektif dan menanggung resiko bersama, dengan mengerjakan sumber-sumber yang disumbangkan oleh anggota.
- d. H.E. Erdman, dalam bukunya "*Passing Monopoly as an aim of cooperative*" bahwa koperasi ialah usaha bersama, merupakan badan hukum, anggota ialah pemilik dan yang menggunakan jasanya dan mengembalikan semua penerimaan diatas biayanya kepada anggota sesuai dengan transaksi yang mereka jalankan dengan koperasi.
- e. Menurut Undang-undang nomor 25 pasal 1 tahun 1992, yang dimaksud koperasi di Indonesia adalah : *badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan.*

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang yang secara sukarela mencapai tujuan bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.

## **Pasar Bebas Asean (AEC)**

Pasar bebas asean telah diberlakukan pada tahun 2015, dengan istilah lain *Asean Economic Community (AEC)* atau Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Hal ini menjadikan pemerintah Indonesia terus meningkatkan berbagai strategi untuk menghadapinya. Dalam pasar bebas asean semua negara –negara yang tergabung dalam kelompok negara asean telah menyetujui dan menyepakati akan sektor produksi lokal diseluruh negara asean. Dari pernyataan diatas mengharuskan pemerintah melakukan langkah – langkah persiapan dalam menghadapi pasar bebas asean ini. Pertama, apakah pemerintah Indonesia telah melakukan sosialisasi terhadap public mengenai kesepakatan AEC. Disamping itu pemerintah Indonesia diharapkan memiliki strategi besar untuk menghadapi persaingan pasar bebas asean (AEC).

Kemunculan pasar bebas atau lebih sering kita sebut MEA (Masyarakat Ekonomi Asian) digagas pada tahun 1992. Pada tahun itu semua negara ASEAN berkumpul guna membentuk suatu komunitas, menciptakan keamanan dan perdamaian dan ekonomi yang kuat sehingga bisa berkompetisi dengan negara-negara yang ada di Asia bahkan di dunia. Para pemimpin ASEAN sepakat membentuk pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara pada akhir 2015 mendatang. Dengan adanya ini maka perdagangan yang ada di kawasan Asia Tenggara dengan mudah berjalan, tanpa adanya syarat-syarat atau pungutan yang menyulitkan. Bahkan orang Vietnam bisa melamar pekerjaan di Alfamart dengan mudah layaknya warga negara Indonesia. Begitu pun sebaliknya warga Indonesia bisa melamar pekerjaan di negara ASEAN dengan mudah pula. Perlu diketahui bahwa pembentukan MEA itu sendiri dilakukan agar daya saing negara-negara ASEAN meningkat serta dapat menyaingi India & China bahkan mungkin Uni Eropa yang sudah lebih dulu dibentuk dan berjalan. Negara ASEAN terdiri dari 10 negara: Brunei Darussalam, Filipina, Malaysia, Thailand, Cambodia, Laos, Myanmar, Singapore, Vietnam, dan Indonesia. Adapun China & Jepang kini menjadi mitra ASEAN. Jika kita tilik bahwa dengan adanya MEA ini akan membawa manfaat bagi kita & negeri ini. Tapi hingga saat ini masih terjadi pertikaian antara pro dan kontra akan adanya MEA yang dilaksanakan pada penghujung 2015. Banyak kalangan yang setuju dan tidak setuju dengan kemunculan MEA lantaran adanya beberapa sebab, faktor, dan dampak yang terjadi. Dari segi pro dapat dikatakan bahwa Indonesia sudah sangat siap menghadapi MEA,

dikarenakan oleh beberapa faktor atau manfaat dari adanya MEA tersebut, di antaranya ialah:

- a. Informasi akan semakin mudah dan cepat diperoleh.
- b. Akan tercipta dan meningkatnya lapangan pekerjaan.
- c. Melalui impor-ekspor yang terjadi pada saat dilaksanakan MEA, kebutuhan negeri akan terpenuhi serta dapat menambah pendapatan negara.
- d. Dapat mendorong peningkatan ekonomi masyarakat, negara, serta bisa menstabilkan ekonomi negara.
- e. Kegiatan produksi negeri akan semakin meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.
- f. Menambah devisa negara melalui bea masuk dan bea lain atas ekspor dan impor.

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa dengan adanya MEA, maka terbentuklah pasar tunggal, artinya pasar yang hanya terjadi transaksi antara negara-negara asean. MEA dapat memberikan manfaat diantaranya terciptanya lapangan pekerjaan, menstabilkan ekonomi negara, kegiatan produksi meningkat dan menambah devisa serta pendapatan negara.

### **Peningkatan Daya Saing**

Menurut *Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)* menyebutkan bahwa daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relative tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena daya saing industri merupakan fenomena di tingkat mikro perusahaan, maka kebijakan pembangunan industri nasional didahului dengan mengkaji sektor industri secara utuh sebagai dasar pengukurannya.

Menurut Tambunan, 2001, tingkat daya saing suatu negara di kancah perdagangan internasional, pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/ diciptakan. Selain dua faktor tersebut, tingkat daya saing suatu negara sesungguhnya juga dipengaruhi oleh apa yang disebut *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* atau keunggulan daya saing

berkelanjutan. Ini terutama dalam kerangka menghadapi tingkat persaingan global yang semakin lama menjadi sedemikian ketat / keras atau *hyper competitive*.

Meningkatnya daya saing Indonesia tercermin dari laporan Forum Ekonomi Dunia atau *World Economic Forum (WEF)*, yang merilis Indeks Daya Saing Global 2014-2015. Dalam rilis itu dikemukakan, daya saing Indonesia naik 4 tingkat menjadi peringkat 34 dari 144 negara di dunia. Peringkat Indonesia mengungguli Spanyol (35), Portugal (36), Filipina (52), Rusia (53), Brasil (57), India (71), Yunani (81), Mesir (119) dan Pakistan (129). Pada tahun 2012 daya saing Indonesia ada pada peringkat 50, tahun 2013 urutan ke-38 dan tahun ini menempati urutan ke-34

Membaiknya daya saing Indonesia antara lain ditopang oleh pertumbuhan ekonomi nasional di atas 5% per tahun sejak 2005. Di tengah melambatnya perekonomian global. Peningkatan daya saing Indonesia juga banyak didorong oleh kemajuan pembangunan infrastruktur. Meskipun infrastruktur kita masih banyak masalah, namun dalam kurun waktu 5 tahun terakhir progresnya cepat, terutama infrastruktur konektivitas.

Ada beberapa fakta yang dikemukakan oleh McKinsey Global Institute : bahwa Indonesia hari ini menduduki kekuatan ekonomi peringkat 16 di dunia dan kuat kemungkinan akan duduk manis di peringkat tujuh ekonomi terkuat di dunia pada tahun 2030, dan Indonesia memiliki populasi anak muda yang tumbuh cepat di daerah urban, faktor ini memberi kekuatan tersendiri untuk meningkatkan pemasukan negara.

Fakta di atas tentu memberi peluang yang sangat besar bagi para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Namun hal tersebut juga bisa menjadi bumerang tatkala pemerintah Indonesia tidak menggenjot dan mendukung kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia sehingga ditakutkan konsumen potensial ini akan dipikat oleh produk-produk kreatif dari luar negeri dan pada akhirnya kita hanya menjadi bangsa konsumen seperti yang kita alami selama ini.

Peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini diperlukan oleh pelaku UKM lokal untuk menghadapi persaingan usaha yang makin ketat. Sebab, pelaku UKM dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka bisa cepat maju dan siap secara

global (<http://m.republika.co.id/berita/koran/kesra/14/08/17/nafvbd-mendorong-daya-saing-koperasi-dan-ukm>).

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan mengetahui strategi peningkatan daya saing sektor UMKM dan koperasi dalam menghadapi AEC. Dan dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi pustaka. Pendekatan teori/konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet. Semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.

## **Pembahasan**

### **Peran UMKM dalam Pasar Asean (AEC)**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis dalam pembangunan nasional. Kontribusi yang diberikan bukan hanya pertumbuhan ekonomi melainkan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar juga mengurangi pengangguran," ujar Desi Putra didampingi Kepala Kesbangpol Jakarta Selatan Matsani. Setelah berlakunya Asean Economic Community (AEC) atau akrab kita kenal dengan Masyarakat Ekonomi Asean, Indonesia diharapkan mampu menggunakan peluang besar ini dengan sebaik-baiknya dan mampu menghadapi segala tantangan serta dapat bersaing dengan negara-negara kawasan Asia Tenggara lainnya. Desi Putra menambahkan, beberapa hal menjadi fokus utama MEA dijadikan momentum baik untuk Indonesia seperti, Kawasan Asia Tenggara akan dijadikan wilayah kesatuan pasar dan basis produksi sehingga akan membuat arus barang, jasa, investasi, modal dalam jumlah besar (<http://reaksibekasi.com/index.php/2016/05/31/peranan-umkm-sangat-strategis-dalam-menghadapi-mea.html>)

Untuk itu peran UMKM dalam menghadapi MEA menurut Kuncoro (2009: 326-327) dalam <http://blogspot.co.id/2015/12/peran-umkm-dan-kaitannya-dengan.html>) adalah sebagai berikut :

1. Banyak menyerap tenaga kerja dan menggunakan sumber daya lokal  
UMKM menyerap banyak tenaga kerja juga diperkuat oleh Sriyana (2010) yang mengutip pernyataan dari ILO (International Labour Organization), di mana 60% buruh di kota-kota negara berkembang diserap oleh kegiatan di sektor UMKM.

Dikatakan juga bahwa peran UMKM sangat penting karena mampu menciptakan pasar baru, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber daya alam, mengurangi kemiskinan, serta membangun masyarakat dan kehidupan keluarga mereka tanpa control dan fasilitas dari pihak pemerintah daerah yang memadai.

2. UMKM memegang peranan penting sebagai penyumbang ekspor tertinggi, terutama ekspor non migas.

Produk non migas itu sendiri merupakan produk hasil alam maupun industri tetapi bukan termasuk kategori minyak bumi dan gas alam, misalnya emas, kayu, plastik, kaca, ikan, ayam, tembakau, dan sebagainya. Produk ini memegang peranan penting dalam menambah pendapatan devisa negara.'

### **Peran Koperasi dalam Pasar Asean (AEC)**

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum yang berlandaskan pada asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Kegiatan usaha koperasi merupakan penjabaran dari UUD 1945 pasal 33 ayat (1). Dengan adanya penjelasan UUD 1945 Pasal 33 ayat (1) koperasi berkedudukan sebagai soko guru perekonomian nasional dan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam sistem perekonomian nasional.

Tujuan koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Lebih ditekankan lagi bahwa langkah-langkah antisipasi yang telah disusun Kementerian Koperasi dan UKM untuk membantu pelaku KUKM menyongsong era pasar bebas ASEAN itu, antara lain peningkatan wawasan pelaku KUKM terhadap MEA, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk KUKM lokal, penciptaan iklim usaha yang kondusif. Namun kendala yang utama adalah kualitas sumber daya manusia pelaku KUMKM yang masih rendah. Oleh karena itu jalan keluarnya adalah dengan diadakannya pelatihan dan pembinaan bagi pelaku KUMKM yang diharapkan nantinya bisa memperbaiki atau memberikan inovasi dari produk yang dihasilkan (<http://muhammadmuas.blogspot.co.id/2014/11/jurus-jitu-koperasi-dan-ukm-dalam.html?m=1>). Dan kedepannya produk yang dihasilkan tersebut

bisa memberikan kualitas yang bagus, sehingga bisa menjadi produk barang ekspor yang bisa menambah devisa dan pendapatan negara sesuai dengan salah satu manfaat diadakannya MEA ini.

### **Strategi UMKM dalam meningkatkan daya saing dalam menghadapi AEC**

Pengertian daya saing menurut World Economic Forum (WEF) adalah sebagai kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Indikator daya saing secara global diukur dari kondisi ekonomi makro, birokrasi, serta teknologi suatu negara. Daya saing menurut Michael Porter adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Pengertian dari Porter mengenai daya saing lebih merujuk pada daya saing perusahaan dalam industri. Berdasarkan IMD World Competitiveness yearbook 2007, pada tahun 2003 daya saing perusahaan Indonesia menempati posisi ke 49 dari 55 negara yang disurvei kondisi ini terus turun ditahun tahun berikutnya menjadi peringkat 50 pada tahun 2005, 52 ditahun 2006, 54 ditahun 2007. Pada tahun 2013 World Economic Forum kembali menerbitkan ranking daya saing untuk tahun 2013, Indonesia berada pada posisi ke 38 dari 148 negara yang ikut serta dan berada pada posisi ke 5 di kawasan Negara ASEAN dan Asia Selatan.

Indonesia mengalami kemajuan dari tahun ke tahun yang tidak bisa diremehkan namun Indonesia tetap harus lebih giat meningkatkan kualitas diri dalam seluruh sektor ekonomi, meningkatkan daya saing yang tinggi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju seperti saat ini <https://dwiratnaprahasty.wordpress.com/2014/07/22/kesiapan-ukm-di-indonesia-untuk-meningkatkan-daya-saing-dan-kualitas-diri-dalam-menghadapi-asean-economic-community-aec-2015/>. Ada empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola UMKM, antara lain aspek pengelolaan keuangan, aspek pengelolaan sumber daya manusia, aspek pengelolaan operasional dan aspek pengelolaan pemasaran.

### **Strategi koperasi dalam meningkatkan daya saing dalam menghadapi AEC**

Koperasi dan Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu lembaga yang akan ikut berpartisipasi dalam MEA 2015. Persiapan dilakukan koperasi menyambut pasar bebas dengan melaksanakan beberapa upaya strategis, seperti membentuk Komisi Nasional Persiapan MEA 2015 yang berfungsi untuk merumuskan langkah-langkah antisipasi

serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Langkah tersebut disusun untuk membantu pelaku koperasi dan usaha kecil menengah menyongsong era pasar bebas ASEAN dengan melakukan peningkatan wawasan dan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk koperasi dan usaha-usaha kecil dalam negeri dan penciptaan iklim usaha yang kondusif. Sektor koperasi dan usaha kecil yang dikembangkan dalam menghadapi pasar bebas adalah yang terkait dalam industri kreatif dan inovatif, handcraft, home industri, dan teknologi informasi. Namun, hambatan yang dirasakan dalam persiapan-persiapan tersebut adalah kondisi pelaku/sumberdaya manusianya. Pembinaan terhadap pelaku/sumberdaya manusia terus dilakukan dengan melakukan pendidikan dan pengajaran untuk menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku tersebut terutama dalam penguasaan teknologi.

Disamping itu juga kualitas manajemen yang tinggi dipengaruhi oleh pendidikan manajemen, pemakaian teknologi informasi (seperti komputer dan lainnya), keahlian dalam pemasaran, dan lainnya. Manajemen yang berhasil akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Bagi pengusaha kecil menengah dan koperasi, manajemen yang baik mutlak perlu terutama untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha. Dewasa ini perbaikan manajemen UMKM dan koperasi telah dimulai dengan meningkatkan profesionalisme para karyawan. Peningkatan keterampilan, kedisiplinan dan layanan terhadap konsumen menjadi alternatif pemecahannya. Peningkatan akses, volume usaha, kerja sama dan produksi dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan peningkatan profesionalisme. Dalam upaya peningkatan daya saing, jiwa kewirusahaan berpengaruh besar dalam menangkap peluang usaha (Sitompul, 2010).

## **Simpulan**

- a. Untuk menghadapi persaingan pasar bebas Asean, tentunya semua segmen harus mendapat perhatian dari pemerintah, namun yang perlu diperhatikan tentu yang terpenting adalah kualitas SDM dari pelaku UMKM dan Koperasi. Segmen ini merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu unit usaha dalam meningkatkan daya saing produk dalam menghadapi persaingan pasar bebas asean dari negara lain.

- b. Peran UMKM sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat dan penyumbang ekspor produk non migas yang dapat menambah pendapatan devisa negara.
- c. Strategi yang dilakukan oleh UMKM dan koperasi guna meningkatkan daya saing dalam menghadapi pasar bebas Asean antara lain dengan melakukan kemitraan dalam hal permodalan, teknologi digital dan pelatihan serta pembinaan baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis.

## Saran

Pelaku Bisnis UMKM dan kopersai harus dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan pada masyarakat untuk lebih memilih produk Indonesia dengan meningkatkan kualitas, inovasi produk serta SDM baik tenaga kerja maupun pelaku bisnis. Dan selain itu adanya peningkatan teknologi digital baik dari sisi pemasaran maupun informasi dengan melibatkan kerjasama pemerintah dan lembaga lainnya.

## Daftar Pustaka

- Anonim, 2015. Koperasi di Indonesia dalam menghadapi Asean Economic Community, dipublish oleh Sri Nurdianti. Available from URL : <https://srinurdianti26.wordpress.com/2015/01/24/peran-koperasi-di-indonesia-dalam-menghadapi-asean-economic-communitty/>Peran. Accessed 24 Januari 2015.
- Anonim, 2014. dipublish oleh Muhammad Muas. Available from URL : <http://muhammadmuas.blogspot.co.id/2014/11/jurus-jitu-koperasi-dan-ukm-dalam.html>. Accessed 23 November 2014.
- Anonim, 2014. dipublish oleh Dwi Ratna Prahasty. Available from URL : <https://dwiratnaprahasty.wordpress.com/2014/07/22/kesiapan-ukm-di-indonesia-untuk-meningkatkan-daya-saing-dan-kualitas-diri-dalam-menghadapi-asean-economic-community-aec-2015/>. Accessed 22 Juli 2014.
- Anonim, 2014. dipublish oleh Prayogi. Available form URL : <http://m.republika.co.id/berita/koran/kesra/14/08/17/nafvbd-mendorong-daya-saing-koperasi-dan-ukm>). Accessed 16 Agustus 2014.
- Anonim, 2016, (<http://reaksibekasi.com/index.php/2016/05/31/peranan-umkm-sangat-strategis-dalam-menghadapi-mea.html>), dipublih oleh Renato Sinambela, 31 Mei 2016.
- Anonim. 2015. dipublish oleh Calvin Klein Marcellino. Available from URL : <http://bahasaindonesiabisnis.blogspot.co.id/2015/12/peran-umkm-dan-kaitannya-dengan.html>. Accessed 16 Desember 2015.
- Anonim. 2015. dipublish oleh Novi Vantika Pintauli Tamba. Available from URL : <http://novivpt.blogspot.co.id/2015/03/strategi-umkm-dalam-menghadapi-mea.html>. Accessed 15 Maret 2015.

- Anonim. 2015. dipublish oleh Meidrianti Tyas. Available from URL : <http://rrtyas.blogspot.co.id/2015/01/persiapan-koperasi-menghadapi-mea-2015.html>.
- Indarti, lin. 2014. Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam menghadapi Asean Economic Community 2015. *3<sup>rd</sup> Economics & Business Research Festival*.
- Kementrian Negara Koperasi dan UKM. 2008. *Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta : Kementrian Negara KUKM.
- Kusumaastuti, Purnama. 2015. *Strategi dan Langkah-langkah UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*.
- Siregar, Herman. 2009. *Identifikasi Permasalahan Koperasi dan UMKM serta Alternatif Solusinya*. Bogor : IPB.
- Susilo, Sri. 2010. Strategi Meningkatkan daya Saing UMKM dalam menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA, *Buletin Ekonomi*. Vol.8, No.2.
- Sudaryanto, Ragimun dan Rahma Rina Wijayanti. 2014. Strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar Bebas ASEAN. *Jurnal*. ISSN NO : 1978-6522.
- Sitompul, Anwar. 2010. Strategi dan Langkah-langkah UMKM dan koperasi dalam menghadapi ACFTA. *Infokop*. Vol.18.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Pasar Bebas Asean : Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM di Indonesia*. Jakarta : Kementrian Koperasi dan UMKM.
- [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) (diakses tanggal 30 Juli 2015 Pukul 17.00).