



BERKHAS

kliping informasi dan berita
dari berbagai media massa

VOLUME VI FEBRUARI 2008

USAHA KECIL



PERPUSTAKAAN AKATIGA

Jl. Tubagus Ismail II/2 Bandung 40134
Telp: 022-2502302, Fax: 022-2532326,
Email: perpustakaan@akatiga.org
www.akatiga.org

Berkhas merupakan salah satu media Akatiga yang menyajikan kumpulan berita dari berbagai macam surat kabar, majalah, serta sumber berita lainnya. Jika pada awal penerbitannya kliping yang ditampilkan di Berkhas dilakukan secara konvensional, maka saat ini kliping dilakukan secara elektronik, yaitu dengan men-*download* berita dari situs-situs surat kabar, majalah, serta situs berita lainnya.

Bertujuan untuk menginformasikan isu aktual yang beredar di Indonesia, Berkhas diharapkan dapat memberi kemudahan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam pencarian data atas isu-isu tertentu. Berkhas yang diterbitkan sebulan sekali ini setiap penerbitannya terdiri dari isu Agraria, Buruh, dan Usaha Kecil.

Untuk memperluas area distribusi, Berkhas diterbitkan melalui 2 (dua) macam media yaitu media cetakan (*hardcopy*) serta media *online* berupa *pdf file* yang dapat diakses melalui situs web Akatiga (www.akatiga.or.id).

Daftar Isi

Depperin promosikan produk IKM-----	1
Kebijakan industri bagi usaha kecil-----	2
Peritel besar akan sesuaikan trading term -----	4
Belajar Kelola UKM Dari Jepang-----	5
Commonwealth Layani UKM Pascamerger-----	6
60 Persen UMKM tak Bisa Akses Kredit Perbankan -----	7
Sme'scomart bentuk induk koperasi ritel -----	8
WeeMart Aktualisasikan UKM Lembang-----	9
China Pasar Potensial bagi UKM -----	10
Pengusaha Kecil Akan Semakin Mudah Mengakses Modal -----	11
Pasar tradisional perlu perlindungan-----	12
Survei HSBC: 80% UKM di Indonesia berencana ekspansi-----	13
10 Persen Produsen Tahu UKM Mati Suri -----	15
Alfamart bantu pemasok kecil -----	16
Hambatan Nonteknis di Pasar Tradisional -----	17
BSM DIY Dukung UMKM -----	18
Produktivitas UMKM Terus Dipacu-----	19
500 Pasar Tradisional Terpinggirkan -----	20
14 Industri Kecil Berbasis Terigu Kritis-----	22
Dana pengembangan pasar tradisional dipangkas -----	23
Membidik Pasar Baru -----	25
Sasaran Pemberdayaan UMKM 2008-----	27
UKM dan Orientasi Ekspor -----	28
Askrindo Alokasikan 90 Persen Jaminan Kreditnya Untuk UMKM-----	30
Askrindo targetkan penjaminan UMKM naik 66%-----	31
Pemerintah cari skema baru KUR -----	34
Kesiapan UKM Pendukung Terus Ditingkatkan-----	33
KEK Diusulkan Kebal DNI -----	34
Penjaminan KUR Capai Rp1,5 Triliun -----	36
KUR Terserap Rp1,225 Triliun -----	37
Tim Kanada bimbing perajin Pulutan -----	38
UMKM Makin Dibidik Bank Syariah -----	39

Usaha Kecil Kekurangan Bahan Baku -----	40
Daerah Diminta Bantu Pemberdayaan UKM -----	41
UKM Terimpit Kenaikan Harga -----	42
Hentikan Pemberian Izin Pendirian Pasar Modern -----	43
Pasar Tradisional Terancam Punah -----	44
BSM Jalin Kerja Sama di Sektor UMKM dan Pendidikan -----	45
Tujuh Pasar Tradisional Bangkrut -----	46
Tahun Ini Bank Usaha Mikro Terealisasi -----	47
51% UMKM di Malang tidak punya jaminan fisik -----	48
Jatim sediakan galeri UKM gratis -----	49
Pusat promosi produk UKM akan jadi hub regional -----	50
Tahun Ini Bank Mikro Terwujud -----	52
Porsi Kredit UMKM Menurun -----	54
UKM Mengarah kepada Industri Jasa -----	56
Bank Mandiri Latih Debitur UMKM -----	58
221 Daftar inventarisasi masalah RUU UMKM disepakati -----	59
Konsultan HaKI berpeluang jaring UKM Jatim -----	60
UKM di Riau banyak kelemahan -----	61
UKM didorong memanfaatkan Internet -----	62
Pertumbuhan omzet MLM Indonesia tertekan -----	63
Industri Batik DIY Bangkit -----	64
Kredit UMKM Tumbuh 22,5 Persen -----	66
Menanti Pembenahan Pasar Tradisional -----	68
Mengemas Produk UMKM Laku di Mal -----	69
Perbankan Tunggu Juklak Pembiayaan KUKM -----	71
Persaingan Pasar Tradisional dan Modern -----	72
Bank Mandiri Siapkan Kredit Mikro Rp 30 T -----	73
Realisasikan Perda Pasar -----	74
Perajin aluminium butuh modal -----	75

Depperin promosikan produk IKM

JAKARTA: Departemen Perindustrian dan Pemprov DKI Jakarta menyiapkan kerja sama promosi produk industri kecil dan menengah (IKM) berupa penyediaan areal pemasaran di sejumlah pusat perbelanjaan Ibu Kota.

Dirjen Industri Kecil Menengah Depperin Fauzi Aziz menyatakan Pemprov DKI akan menyiapkan areal pemasaran di sejumlah pusat niaga di Ibu Kota, sedangkan Depperin menyiapkan IKM binaan.

"Kami berharap kerja sama ini bisa segera direalisasi," ujarnya usai membahas rencana kerja sama tersebut bersama Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo di Balai Kota DKI Jakarta, baru-baru ini.

Fauzi Aziz menilai Jakarta potensial bagi aktivitas pemasaran dan promosi produk IKM, karena merupakan gerbang utama lalu lintas tamu mancanegara.

Dirjen IKM menambahkan produk unggulan IKM yang akan dilibatkan Depperin dalam kerja sama tersebut a.l. produk mainan dan fesyen seperti tas, alas kaki, pakaian, suvenir, serta berbagai produk cendera mata. (Bisnis/na)

Kebijakan industri bagi usaha kecil

Kenaikan harga kedelai sampai 100% menyebabkan perajin tempe dan tahu mengalami kesulitan produksi. Hal ini, memicu demo dari para perajin tempe dan tahu di Jakarta yang tergabung dalam Primkopti pada 14 Januari lalu.

Tiga bulan yang lalu, harga kedelai hanya Rp3.500 per kilogram, tetapi saat ini terjadi lonjakan harga menjadi Rp7.350-Rp7.800 per kilogram. Pembuat roti dan makanan juga mengalami hal yang sama karena tepung terigu mengalami kenaikan harga drastis. Bulan Desember lalu, harga tepung terigu Rp106.000 per karung, tetapi saat ini naik menjadi Rp149.000 per karung.

Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) rentan terhadap ketidakstabilan rantai pasok (supply chain) baik pada aspek bahan baku maupun pasar. UMKM juga sensitif terhadap perubahan harga bahan baku.

Industri kecil-menengah (IKM) seperti tempe-tahu dan roti mempunyai ciri khusus yaitu biaya produksi sebagian besar biaya produksi adalah untuk bahan baku. Hal ini tidak menjadi masalah, apabila bahan baku bisa dipenuhi dari dalam negeri.

Masalah yang terjadi dalam IKM tahu dan tempe dan industri makanan berbasis tepung terigu sedikit berbeda, meskipun sama-sama mengalami kenaikan bahan baku.

Kenaikan harga kedelai terjadi karena perubahan iklim di negara produsen kedelai yaitu Amerika Serikat. Selama ini kebutuhan kedelai di Indonesia banyak didapatkan dari impor.

Data dari Departemen Pertanian dan Departemen Perdagangan menunjukkan kebutuhan kedelai untuk industri tempe dan tahu di Indonesia per tahun mencapai 1,9 juta ton. Dari jumlah itu, sebesar 1,3 juta ton dipenuhi dari impor.

Target produksi kedelai lokal Indonesia, tahun 2007 sebesar 950.000 ton, dari jumlah tersebut hanya tercapai realisasi sebesar 620.000 ton. Penyebabnya adalah para petani enggan menanam komoditas ini, karena tiga bulan yang lalu harganya tidak kompetitif dibandingkan dengan komoditas jagung atau beras. Solusi sementara yang dilakukan pemerintah adalah memberlakukan tarif bea masuk Rp0 untuk komoditas kedelai impor.

Kenaikan harga tepung terigu dari Rp106.000 menjadi Rp149.000 per 25 kilogram terjadi karena adanya pengenaan PPN dan bea masuk. Hal ini mengakibatkan harga di tingkat konsumen mengalami kenaikan.

Usulan para pengusaha juga agar bea masuk dan PPN tepung terigu dihilangkan. Padahal, pendapatan pemerintah dari PPN tepung terigu sebesar Rp185 miliar. Pendapatan sebesar ini bisa menghambat keputusan pengurangan bea masuk dan PPN bagi tepung terigu.

Kebijakan industri

Masalah yang terjadi pada industri kecil menengah (IKM) tahu dan tempe serta industri makanan berbasis tepung terigu ini menunjukkan lemahnya posisi tawar menawar IKM dalam sebuah rantai pasok (supply chain). Jaminan ketersediaan bahan baku dan masalah pemasaran selalu menjadi ganjalan perkembangan IKM nasional.

IKM tahu dan tempe dengan produk khas yang sudah dianggap makanan tradisional ternyata mempunyai kandungan impor tinggi sehingga rentan terhadap perubahan harga bahan baku. Industri berbasis tepung terigu dengan produk turunan berupa roti dan mi juga mempunyai masalah yang sama yaitu ketersediaan bahan baku.

Sebuah kebijakan industri yang baik adalah mempunyai rantai pasok (supply chain) yang sempurna. Maksudnya industri ini bisa dianalisis dan diantisipasi potensi masalah dari hulu sampai hilir. Rerangka supply chain management biasanya dipergunakan untuk menganalisis mata rantai sebuah industri.

Menurut Schroeder (2000), manajemen rantai pasok adalah perencanaan, desain dan kontrol aliran informasi dan material dalam sebuah rantai pasok untuk memenuhi kebutuhan sekarang dan masa yang akan datang secara efisien.

Dalam analisis ini, sebuah industri harus dianalisis mulai dari ketersediaan bahan baku, termasuk siapa pemasoknya dan di tingkatan harga berapa serta berapa jumlah yang dibutuhkan, proses produksi dan jumlah produsennya, rantai distribusinya dan terakhir adalah konsumennya. Manajemen rantai pasok ini selanjutnya memberikan informasi bagi penyusunan sebuah desain kebijakan industri secara mendetail.

Analisis lanjutan setelah manajemen rantai pasok adalah value chain analysis. Porter (1985;1990) menyatakan analisis value chain ini adalah bisa memberikan informasi mata rantai industri mana yang paling bernilai dari sebuah manajemen rantai pasok. Selain itu value chain analysis juga memberikan informasi tentang titik kritis dari masing-masing bagian rantai pasok itu.

Berdasarkan dua analisis itu bisa disusun sebuah desain industri yang lengkap. Idealnya langkah seperti inilah yang dilakukan pemerintah bagi setiap industri terutama IKM. Hal ini untuk mengantisipasi munculnya masalah-masalah yang bisa mengganggu proses produksi dan pemasaran.

Implikasi

Solusi jangka pendek dari masalah dalam IKM tahu-tempe dan industri makanan berbasis tepung terigu adalah pembebasan bea impor dan PPN. Namun, masalah utama dari kedua industri itu adalah ketergantungan terhadap bahan baku impor.

Masalah ini menuntut penyelesaian yang komprehensif. Sebagai contoh fakta bahwa langkanya kedelai lokal terjadi karena petani Indonesia menganggap kedelai bukan merupakan komoditas favorit. Ada baiknya pemerintah memberlakukan kebijakan harga pada komoditas kedelai dan memberdayakan lagi Primkopti.

Hal yang sama juga berlaku bagi industri makanan berbasis tepung terigu. Khusus untuk komoditas ini memang tanah di Indonesia bukan lahan yang baik untuk menanam gandum sehingga pengaturan harga impor dengan pembebasan bea masuk lebih masuk akal.

Pelajaran dari masalah ini adalah kebijakan industri adalah hal yang mutlak diperlukan. Pemerintah harus mempunyai grand design industri dengan mengarahkan pengembangan industri dengan sasaran yang terukur.

Pemerintah tidak bisa hanya reaktif, memikirkan solusi pada saat masalah muncul. Jika itu yang terus dilakukan, kita akan kehilangan kesempatan untuk meningkatkan daya saing industri nasional.

Oleh Anton A. Setyawan
Dosen Fak. Ekonomi Univ Muhammadiyah Surakarta

Peritel besar akan sesuaikan trading term

JAKARTA: Sejumlah peritel modern besar di Indonesia menegaskan akan menerapkan syarat perdagangan (trading term) sesuai dengan aturan yang tertuang dalam Perpres No. 112/2007.

Manajemen peritel besar Carrefour, PT Matahari Putra Prima Tbk, dan PT Makro Indonesia yang dihubungi Bisnis mengemukakan syarat perdagangan toko berformat hipermarket dan pusat perkulakan yang mereka kelola akan merujuk pada perpres perpasaran.

"Kami [Carrefour] akan mengacu pada perpres [perpasaran]," kata Corporate Affair Director PT Carrefour Indonesia Irawan D. Kadarman ketika ditanya soal rincian syarat perdagangan, kemarin.

Terkait dengan tuduhan trading term yang melanggar perpres perpasaran seperti dikemukakan pemasok sebelumnya, Danny Kojongian, Direktur Corporate Communication PT Matahari Putra Prima Tbk berujar, "Hypermart siap mematuhi trading term sesuai aturan dalam perpres."

Dalam kesempatan terpisah Kuswanto Gunadi, Presdir PT Makro Indonesia, menegaskan pusat perkulakan yang dipimpinnya menerapkan syarat perdagangan yang mematuhi perpres perpasaran.

Sebelumnya kalangan pemasok menuding peritel modern tidak menghiraukan aturan pembatasan jenis syarat perdagangan, dan tetap menyodorkan ragam trading term 2008 yang melanggar perpres perpasaran.

Nampa (Asosiasi Pengolahan Daging Indonesia), Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI), dan Gapmmi (Gabungan Pengusaha Makanan & Minuman Seluruh Indonesia) mengemukakan keluhannya. (M. Fatkhul Maskur)

Oleh Linda T. Silitonga
Bisnis Indonesia

Ekonomi Makro

Belajar Kelola UKM Dari Jepang

Jum'at, 01 Feb 2008

Industri Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Jepang meliputi 99 persen dari total industri negara itu. Sebanyak 71 persen tenaga kerja produktif juga mampu diserap oleh UKM. Pemerintah Jepang sangat serius dalam membina dan mengembangkan industri UKM mereka.

Hal ini terungkap dalam loka karya Peningkatan UKM hari kedua di Hotel Intercontinental Mid Plaza, Jakarta (30/1). Jepang merupakan salah satu raksasa industri di dunia. Mereka sangat peduli dengan industri UKM-nya sejak lama, memiliki sejarah dan pengalaman yang panjang dan perlu dicontoh Indonesia.

Menurut Miki Hirose, Ekonom dari Japan Finance Corporation for Small and Medium Enterprise (JASME), Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Indonesia memiliki sumber daya yang luar biasa, mulai dari jumlah tenaga kerja, sumber daya alam, dan pasar yang besar.

Menurutnya, perbedaan yang paling menonjol antara Indonesia dan Jepang adalah jumlah organisasi dan SDM yang ahli. "Di Jepang sangat banyak terdapat organisasi yang mendukung UKM dan terdapat banyak tenaga ahli," kata Hirose. Jepang juga telah melalui sejarah dan pengalaman dalam industri UKM.

JASME hanya satu dari banyak organisasi asuransi kredit yang menunjang tumbuhnya industri UKM di Jepang. Selain itu masih ada 52 organisasi penjamin kredit di Jepang. "Proses penyaluran kredit sangat cepat di Jepang hanya dalam hitungan hari dana telah cair," kata Hirose.

Hirose mengatakan, JASME telah meminjamkan dana pada 70 ribu UKM secara langsung. Hal ini bisa dilakukan karena UKM bisa melakukan pinjaman langsung tanpa melalui badan perbankan. "Bila struktur pendanaan ini diperbaiki maka pertumbuhan industri UKM Indonesia akan berkembang," kata Hirose.

Di setiap negara maju industri UKM merupakan aktor kunci dalam perekonomian. Maka perhatian serius pada industri UKM menjadi mutlak. Dengan UKM akan tercipta industri baru dan akan meningkatkan kesempatan kerja. Kompetisi nantinya akan tercipta sehingga meningkatkan daya saing. Tingkat perekonomian regional akan terpicu dengan tumbuhnya pasar secara sehat.

Hirose memandang optimis pada industri UKM Indonesia kedepan. Pemerintah perlu memberikan dukungan yang dalam dan memperbanyak organisasi pendanaan. Tak kalah penting adalah pengembangan teknologi informatika (IT). Dengan IT, UKM bisa mendapat arus informasi yang dibutuhkan tanpa hambatan berarti.

Terakhir dia menyimpulkan, Indonesia memiliki sumber daya yang dibutuhkan. Tetapi kuncinya adalah sumber daya manusia ahli dan perbanyak organisasi pendukung. Organisasi ini harus tersebar dari pusat sampai daerah. Indonesia bisa makin kaya. "GDP Indonesia bisa lebih tinggi dari Jepang nanti," katanya tersenyum.

Rihad Wiranto

Commonwealth Layani UKM Pascamerger

Jumat, 1 Februari 2008 | 07:46 WIB

Jakarta, Kompas - Setelah mengakuisisi 83 persen saham Bank Arta Niaga Kencana, Bank Commonwealth memiliki dua bisnis utama, yaitu wealth management serta penyaluran kredit ke usaha kecil dan menengah atau UKM.

"Mungkin agak susah membayangkan bagaimana dua bisnis ini digabungkan," kata Direktur Utama Bank Commonwealth Indonesia Symon Brewis-Weston di Jakarta, Kamis (31/1).

Setelah merger, entitas bisnis Bank Arta Niaga Kencana (ANK), yang berpusat di Surabaya, berakhir secara hukum. Semua cabang ANK berubah nama menjadi Bank Commonwealth.

Selain meningkatkan pelayanan wealth management, yang merupakan spesialisasi Bank Commonwealth, menurut Weston, pelayanan itu dapat digabungkan dengan pembiayaan UKM.

Pengembangan bisnis berskala kecil dan menengah, kata Weston, merupakan salah satu kebutuhan keuangan keluarga, seperti kebutuhan investasi keluarga, yang selama ini menjadi bisnis utama Commonwealth.

Direktur Commonwealth Adriaan Laoh menambahkan, setelah merger, produk-produk Commonwealth sebelum merger, seperti penjualan reksa dana, fasilitas pengiriman uang ke luar negeri, fasilitas pembiayaan ekspor dan impor, serta perdagangan valuta asing akan dijual juga di cabang-cabang Commonwealth, yang sebelumnya cabang ANK. Pascamerger jumlah cabang Bank Commonwealth berjumlah 53.

Target 2008

Setelah kedua bank itu bergabung, total modal inti menjadi Rp 650 miliar dan dalam beberapa pekan ke depan akan bertambah dengan suntikan modal dari induk perusahaan Bank Commonwealth Australia sebesar Rp 250 miliar.

Laoh mengatakan, penyaluran pinjaman dari eks Bank ANK ke sejumlah debitor Rp 800 miliar, sebesar Rp 500 miliar di antaranya debitor UKM. "Targetnya tahun ini penyaluran pinjaman UKM naik 40 persen. Adapun dana pihak ketiga Rp 1,1 triliun dan ditargetkan meningkat 25 persen. Aset kelolaan melalui reksa dana yang dijual sebesar Rp 9 triliun," ujarnya. (joe)

60 Persen UMKM tak Bisa Akses Kredit Perbankan

JAKARTA - Kebijakan dunia perbankan sampai saat ini belum berpihak pada dunia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal itu terbukti dari rendahnya jumlah UMKM yang dapat menikmati kucuran kredit dari dunia perbankan untuk mengembangkan usaha mereka.

Direktur Utama Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) Koperasi dan UMKM, Fadjar Sofyar, menjelaskan, dari 48,9 juta UMKM yang tersebar di Indonesia, baru 19,1 juta UMKM yang bisa mengakses kredit perbankan. Dengan demikian, 29,8 juta UMKM, atau lebih dari 60 persen UMKM yang masih menggantungkan perolehan dana kreditnya dari sektor informal yang seringkali malah menjerat dengan bunga tinggi.

"Kita sangat prihatin dengan kondisi tersebut," kata Fadjar, di sela acara seminar Tanggung Jawab dan Komitmen Perbankan serta Pemerintah dalam Pembiayaan UMKM, di Jakarta, Kamis (31/1).

Menurut Fadjar, kendala yang dihadapi para UMKM untuk memperoleh kredit dari perbankan diantaranya karena pihak perbankan menerapkan prinsip 5 C. Prinsip 5 C yang terdiri dari character, capital, capability, credibility, dan collateral itu sulit untuk dipenuhi UMKM.

Selain itu, tambah Fadjar, kendala lain yang dihadapi para UMKM untuk memperoleh kredit dari perbankan adalah sulitnya memperoleh jaminan kredit dan terbatasnya lembaga penjamin kredit koperasi dan usaha kecil. Sedangkan regulasi Bank Indonesia (BI) dalam menilai kredit, diantaranya dari aspek jaminan.

Fadjar menambahkan, UMKM juga selama ini tidak bankable karena tidak memiliki agunan yang cukup. Selain itu, ketersediaan dana bergulir APBN untuk perkuatan modal bagi KUMKM belum sebanding dengan kontribusinya terhadap PDB nasional yang mencapai Rp 1.778,7 triliun.

Sementara itu, pengamat UMKM, Adler Manurung, menjelaskan, UMKM di Indonesia selama ini telah memberikan kontribusi yang sangat signifikan, terutama ketika krisis moneter menerjang pada 1998-2000. Karena itu, sudah seharusnya pemerintah memberikan perhatian yang besar pada kelompok tersebut.

(lis)

Sme'scomart bentuk induk koperasi ritel

JAKARTA: Induk Koperasi Ritel Sme'scomart optimistis mampu menghadapi persaingan kelompok usaha sejenis di Indonesia setelah pada akhir Januari 2008 resmi terbentuk dengan diperkuat 93 gerai Sme'scomart.

Lima tahun ke depan induk ko-perasi ini menargetkan masuk jajaran ritel terbaik Indonesia. Induk ini membuka peluang kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk dimasukkan dalam jaringan pemasarannya.

"Kami ingin jadi fasilitator bagi seluruh gerai Sme'scomart agar bisa berkembang dengan baik. Dengan demikian koperasi juga akan berkembang," ujar Ketua Induk Koperasi Sme'scomart Supandi kepada Bisnis pekan lalu.

Pendirian toko atau gerai Sme'scomart memang berbeda dengan jaringan ritel lain. Sme'scomart dikelola koperasi yang memiliki akte notaris, sedangkan gerai toko modern lainnya bisa dilakukan secara individu maupun koperasi.

Hal ini berarti setiap pendirian toko Sme'scomart membuka peluang kerja bagi setiap keluarga anggota koperasi pendiri Sme'scomart.

"Keuntungan yang diperoleh gerai juga tidak dinikmati secara perorangan. Tapi, semua anggota sesuai dengan prinsip koperasi, yakni dari anggota untuk kepentingan anggota."

Asdep Perdagangan Dalam Negeri Bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha Kemenkop dan UKM Halomoan Tamba mengungkapkan, sebagai pihak yang ikut membidani kelahiran Induk Koperasi Sme'scomart, optimistis meraih kesuksesan.

"Kami harap setiap unit koperasi primer Sme'scomart bisa terus berkembang untuk menanggulangi kesenjangan sosial. Sme'scomart harus bisa berkembang tanpa harus campur tangan pemerintah," tukas Tamba.

Daya tawar

Berada di jaringan ritel induk ko-perasi, Sme'scomart terangkat daya tawarnya. Oleh karena itu setiap unit koperasi harus memiliki program kerja untuk bisa masuk jaringan gerai Sme'scomart.

Kelahiran Induk Koperasi Sme'scomart lahir, bukan semata-mata karena ingin lepas dari jaringan-jaringan ritel modern yang selama ini membantu kelahiran setiap unit Sme'scomart. Yakni, Alfamart dan Omimart.

"Selama ini jaringan ritel modern itu menjadi mitra gerai Sme'scomart, karena belum memiliki sistem pergudangan, pengembangan SDM maupun pendanaan. Setelah unit-unit toko kian bertambah, wajar kalau membentuk induk," papar Tamba.

Target Kemenkop dan UKM pada tahun ini mendirikan 13 gerai Sme'scomart. Jika target ini tercapai, jumlah anggota induk tersebut akan menjadi 105. Dari 93 unit gerai saat ini di Indonesia, yang sudah beroperasi hingga Januari sekitar 40-an. (ginting.munthe@bisnis.co.id)

Oleh Mulia Ginting Munthe
Bisnis Indonesia

WeeMart Aktualisasikan UKM Lembang

BANDUNG, (PR).-

Masyarakat diharapkan dapat merespons kegiatan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM). Hal tersebut karena hanya dengan dukungan dari semua pihak, kreativitas dari usaha kecil ini bisa mendapat tempat. Terlebih lagi, produk UKM saat ini dinilai semakin beragam dan inovatif.

Demikian diungkapkan Direktur Utama Pikiran Rakyat H. Syafik Umar, se usai peresmian Weekend Market (WeeMart) pasar bunga, buah, sayuran at De`Ranch, di Lembang, Kab. Bandung Barat, Minggu (3/2). Acara tersebut dihadiri pula Bupati Bandung Barat Tjatja Kuswara, pemilik The Big Price Cut Perry Tristianto, Direktur Pemasaran Pikiran Rakyat Januar P. Ruswita, Pemimpin Redaksi II Pikiran Rakyat H. Widodo Asmowiyoto, Manajer Iklan Pikiran Rakyat Wan Abas, serta pejabat lainnya dari Kabupaten Bandung Barat.

Menurut Syafik, dukungan dan optimalisasi UKM dinilai penting sebab UKM bisa menyerap tenaga kerja dari daerah sekitar. "UKM mempunyai kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar karena kemudahan rekrutmen yang tidak dibatasi oleh prosedur yang rumit seperti perusahaan lainnya," katanya.

Terkait peresmian WeeMart, Syafik menilai arah pengembangan WeeMart di Lembang berbeda dengan WeeMart di Universitas Maranatha selama ini. Jika WeeMart di Maranatha, pangsa pasar yang dibidik mahasiswa, sedangkan WeeMart di Lembang ini lebih bertujuan untuk mengangkat aspek agrowisata dan aktualisasi UKM daerah Lembang yang berpotensi.

Dengan demikian, WeeMart di De`Ranch Lembang ini diharapkan bisa menjaga kesinambungan antar-UKM, yang meliputi usaha agro, seni, gift, dan kuliner. Untuk itu, pelaku UKM dituntut memiliki daya kreatif dan pengembangan diri lebih bebas karena masing-masing mempunyai karakteristik usaha yang unik. "Melalui WeeMart, UKM akan dapat membangun pasar imajiner, transaksi yang tidak harus mendatangi WeeMart," katanya.

Pada kesempatan itu, Camat Lembang Cecep Suhendar, menyambut positif kegiatan tersebut. "Saya harapkan acara ini dapat menggali potensi, memasarkan hasil potensi, dan tentunya mempromosikan Lembang sebagai daerah wisata. Sehingga, nantinya akan menambah PAD (pendapatan asli daerah)," ungkap Cecep.

Sementara itu, Louis, salah seorang pengunjung asal Rumania mengungkapkan, agrowisata WeeMart ini merupakan sesuatu yang berbeda. "WeeMart unggul dalam nuansa alam yang bersih. Selain itu, semua lapisan masyarakat bisa menikmati WeeMart. Mereka bisa membeli produk sekaligus mengendarai kuda di satu tempat," ujar Louis. (CA-172)***

Ekonomi | Jakarta | Selasa, 05 Feb 2008 20:55:58 WIB

China Pasar Potensial bagi UKM

Alokasi kredit penyaluran dana bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dari bank asing meningkat sepanjang tahun 2007. Berdasarkan data statistik Bank Indonesia (BI) pada November 2007 total gabungan bank asing menyalurkan kredit sebesar Rp20.025 miliar. Jumlah ini meningkat dari total Rp16.991 miliar pada November 2006. Perdagangan adalah sektor terbesar penyerap kredit penyaluran dana ini.

Survei HSBC menunjukkan UKM di Asia Pasifik memiliki tren pertumbuhan yang positif. Survei ini disampaikan Khuresh Faizullahoy, Head of Commercial Banking HSBC Indonesia, dan Andre S. Sudjono, Senior Vice Presiden Business Banking HSBC Indonesia di Wisma Metropolitan II, Jakarta, Selasa (5/2).

Menurut Khuresh, perlambatan ekonomi dunia yang dipicu oleh resesi ekonomi Amerika Serikat akan mendorong ekspor UKM negara berkembang mengalihkan pasarnya. "Dengan demikian, perlambatan ekonomi dunia akan mendorong terjadinya peningkatan perdagangan negara-negara Asia ke China," kata dia.

"Berdasarkan survei, banyak yang berencana mengalihkan perdagangannya ke China, termasuk Indonesia. Kira-kira 51 persen UKM di Indonesia menyatakan akan menambah porsi perdagangannya ke China," ujar Khuresh menambahkan. Secara keseluruhan China akan menjadi pasar potensial bagi UKM Asia.

Di China sendiri hasil survei terhadap UKM menunjukkan 88 persen akan melakukan perluasan pasar. Sebesar 52 persen UKM China akan menambah total perdagangannya ke negara-negara Asia lainnya.

Survei ini dilakukan di 9 negara Asia meliputi, Hong Kong, China, Taiwan, India, Indonesia, Korea, Malaysia, Singapura dan Vietnam. Sebanyak 2.736 UKM berpartisipasi dalam survey ini.

"Nasabah UKM kita kira-kira 60 ribu, itu bertumbuh kira-kira 25 - 30 persen dari tahun lalu," kata Andre. Adapun bidang UKM itu meliputi perdagangan, ekspor impor, distribusi, manufacturing, garmen, pertanian dan kerajinan.

Bayu Prakosa Sudarmo

Pengusaha Kecil Akan Semakin Mudah Mengakses Modal

Satu lagi wacana pembentukan bank baru muncul untuk menjawab persoalan perekonomian Indonesia. Kali ini Kementerian Koperasi dan UKM mengusulkan membentuk Bank Usaha Mikro Kecil (UMK).

SESUAI namanya, bank ini bertugas membuka seluas-luasnya akses permodalan pelaku UMK yang selama ini masih buntu. Setelah rumor akan dibentuknya policy bank untuk menjawab persoalan permodalan pembangunan infrastruktur, kini persoalan modal UMK juga mulai menemukan titik terang. Kemarin, sejumlah menteri Kabinet Indonesia Bersatu bersama Bank Indonesia (BI) sepakat membentuk bank UMK yang menjanjikan kemudahan akses modal dengan bunga terjangkau dan tanpa syarat agunan.

Menteri Negara Koperasi dan UKM Suryadharma Ali mengatakan, pihaknya tengah mengkaji regulasi pembentukan bank UMK didampingi Pusat Pengkajian Kebanksentralan BI. Selain Suryadharma Ali, hadir pula Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu, Menteri Pertanian Anton Apriyantono, Menteri Kelautan dan Perikanan Freddy Numberi, serta perwakilan Menteri Perindustrian, Direktur BPR, dan UKM BI Ratna E Amiaty. Sebagai otoritas perbankan, BI mengaku tidak akan menghalangi pembentukan bank UMK. Apalagi, risiko-risiko perbankan akan sepenuhnya ditanggung pemerintah, meski tetap harus memperhatikan regulasi, permodalan, dan pengawasannya.

"Pembentukan bank sendiri diperlukan setoran modal awal sebesar Rp3 triliun, tetapi tidak harus dibayar langsung," tutur Ratna. Menjawab hal itu, Menkop & UKM berpendapat, dari segi modal tidak ada masalah karena sudah ada Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) yang disiapkan sebagai cikal bakal Bank UMK. Lembaga ini memiliki dana tersedia setidaknya sebesar Rp403 miliar. Sementara kekurangannya, diharapkan terpenuhi dari share masing-masing departemen terkait sehingga modal awal Rp3 triliun dapat tercapai. "Kita targetkan pada tahun pertama Rp1,5 triliun sudah terkumpul," ungkapnya. Gayung pun bersambut, Menteri Kelautan dan Perikanan Freddy Numberi mengatakan, pihaknya berencana membagikan share modal awal untuk bank UMK sebesar Rp500 miliar. Begitu juga Menteri Pertanian Anton Apriyantono.

Sementara itu, Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu mengatakan, masih perlu kajian mendalam untuk merealisasikan bank UMK, termasuk mengenai peraturan dan payung hukum. "Masalahnya, selama ini kesulitan nelayan dan petani tidak terjangkau perbankan karena mereka dinilai berisiko tinggi. Apakah ini perlu bank khusus, lalu nanti regulasinya bagaimana. Ini masih perlu dikaji," tandasnya. Ekonom BRI Djoko Retnadi mendukung pembentukan bank UMK, tetapi dia mempertanyakan efektivitas operasional bank itu. Apakah murni mendukung pembangunan atau juga mencari profit. Dia melihat karakteristik bank UMK ini sebenarnya sudah melekat pada bank BRI dan BNI. (ant/kurniana ufik)

Pasar tradisional perlu perlindungan

BANDUNG: Pakar Hukum Universitas Parahyangan Bandung Asep Warlan menilai Perpres tentang Pasar tidak mengatur perlindungan pasar tradisional dari serangan pasar modern, sehingga pemerintah daerah harus menerbitkan perda turunan yang lebih spesifik.

Menurut dia, regulasi pemerintah pusat tentang hubungan pasar tradisional dan pasar modern tidak mengatur tiga hal utama tentang hubungan antarpasar, yaitu pengaturan jarak antarpasar, pembatasan jam operasional dan pembedaan komoditasnya.

"Ketiganya sangat fundamental untuk diatur dalam payung hukum yang resmi untuk melindungi pasar tradisional dari serangan pasar modern. Tapi perpres belum dapat mewadahnya," ujarnya akhir pekan lalu. (Bisnis/k37)

Survei HSBC: 80% UKM di Indonesia berencana ekspansi

JAKARTA: Survei HSBC menunjukkan 80% responden usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia optimistis melakukan ekspansi usaha dalam semester pertama tahun ini, dan sebanyak 95% berencana meningkatkan serapan tenaga kerja.

Selain di Indonesia, survei The HSBC Asia-Pacific Small Business Confidence juga dilakukan di Hong Kong, China, Taiwan, India, Korea Selatan, Malaysia, Singapura dan Vietnam dengan total responden 2.736 UKM.

Di Indonesia, dari 300 pelaku UKM responden mempunyai pandangan yang berimbang terhadap perekonomian nasional, di mana 35% di antaranya berpendapat perekonomian akan tumbuh lebih cepat.

Sementara itu, sebanyak 38% menilai perekonomian Indonesia tahun ini akan tumbuh sama dengan tahun sebelumnya dan 27% berpendapat pertumbuhan ekonomi akan melambat.

Berdasarkan riset pada triwulan IV/2007, sebanyak 40% UKM responden di Indonesia berencana untuk berekspansi pada semester pertama 2008, dan 41% berencana mempertahankan tingkat ekspansi yang sama dengan tahun sebelumnya.

"Di Indonesia, mayoritas berencana untuk mempertahankan atau meningkatkan tingkat investasi dan tenaga kerja," ujar Khuresh Faizullahoy, Head of Commercial Banking HSBC Indonesia, kemarin.

Dalam hal tenaga kerja, sekitar 67% UKM responden berencana mempertahankan tingkat tenaga kerja, 29% berencana menambah karyawan, dan hanya 5% yang akan memangkas pekerjanya.

Sementara itu, lebih dari separuh UKM yang melakukan perdagangan lintas negara di Asia mengharapkan pertumbuhan volume perdagangan, di mana 12% dari yang melakukan ekspor - impor dengan China mengharapkan pertumbuhan lebih dari 20%.

Turun posisi

Survei yang dilakukan merupakan yang kedua kali setelah tahun lalu. Tahun ini HSBC menggunakan jasa konsultan TNS yang berpuat di Hong Kong, sedangkan tahun lalu memakai AC Nielsen.

Pada tahun lalu posisi Indonesia berada di peringkat pertama dalam volume perdagangan terbesar lintas negara di Asia. Tahun ini turun ke posisi empat besar di bawah Vietnam, India dan Taiwan, sedangkan defenisi UKM di setiap negara, berbeda-beda.

Setiap negara memiliki kategori berbeda untuk UM, mencakup omzet, modal dan ada juga dinilai dari jumlah tenaga kerjanya. Total UKM dari sembilan negara yang dilibatkan dalam survei 2.700 unit.

Senior Vice President Business Banking HSBC Andre Sudjono menjelaskan dalam survei ini mereka tidak mendata secara spesifik jenis komoditas perdagangan para UKM Indonesia. "Kami juga tidak mendata volume perdagangan yang dilakukan UKM nasional pada tahun lalu. Data valid di tangan Badan Pusat Statistik."

Dari 300 unit UKM yang dijadikan objek survei, nilai penjualannya maksimal US\$10 juta.

Para pengusaha UKM di Indonesia, India, Vietnam, dan Cina termasuk dalam kelompok yang paling optimis dalam memasuki 2008.

Mereka masih tetap positif dalam melihat prospek pertumbuhan ekonomi sepanjang enam bulan ke depan serta aktivitas perdagangan di kawasan Asia. (ginting.munthe@bisnis.co.id/
fatkhul.maskur@bisnis.co.id)

Oleh Mulia Ginting Munthe & Moh. Fatkhul Maskur
Bisnis Indonesia

10 Persen Produsen Tahu UKM Mati Suri

Rabu, 6 Februari 2008 | 12:03 WIB

Bandung, Kompas - Sejak melonjaknya harga kedelai, sekitar 10 persen dari hampir 7.000 produsen tahu berskala usaha kecil dan menengah di Jawa Barat belum beroperasi. Meski demikian, usaha-usaha itu diperkirakan beroperasi kembali jika kondisinya sudah stabil. Sebab permintaan terhadap tahu tidak mengalami perubahan.

Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) Jabar Mustopa Djamaludin, Selasa (5/2) di Bandung, mengatakan, pada masa paling sulit, sekitar 40 persen pabrik tahu sempat tidak memproduksi. Sebagian pabrik tersebut sudah memproduksi lagi karena harga kedelai sebagai bahan baku yang mulai dapat dijangkau. Pabrik berhenti sementara karena keuntungannya terlalu kecil. Membuat ukuran tahu lebih kecil menyebabkan penjualan tidak laku, sedangkan bila diperbesar pengusaha rugi.

"Tinggal 700 usaha yang belum beroperasi tapi mudah-mudahan nanti berjalan lagi. Masyarakat tetap mengonsumsi tahu. Di sisi lain, usaha itu bagi pelakunya sudah menjadi mata pencarian, bahkan turun-temurun," katanya. Seluruh kabupaten di Jabar memiliki sentra usaha tahu masing-masing. Di Kota Bandung, misalnya, terdapat sentra usaha tahu Cibuntu. Di Cimahi, usaha itu menyebar di berbagai wilayah. Rata-rata di setiap daerah terdapat sebaran usaha tahu.

Jika kebutuhan kedelai dapat dipenuhi dari dalam negeri, pasar komoditas itu akan lebih stabil. Perdagangan kedelai di pasar internasional saat ini juga mengalami guncangan akibat kebijakan penggunaan energi nabati secara lebih luas. Sekitar 60 persen kebutuhan kedelai dalam negeri masih bergantung dari impor sehingga produksi lokal harus segera dinaikkan.

Bila ketergantungan impor dapat ditekan 20-30 persen, keseimbangan persediaan dan permintaan dalam negeri baru akan terjadi. Pada tahun 2008, menurut Mustopa, faktor yang harus diperhatikan selain harga yaitu perlunya mendorong budidaya kedelai secara maksimal.

"Produksi dalam negeri hanya dapat memenuhi kebutuhan sekitar 40 persen. Sekarang sedang ramai masalah kacang kedelai. Penanaman sudah mulai banyak dilakukan karena harganya bagus. Tinggal caranya agar harga itu bisa memberikan keuntungan bagi petani. Kalau sekarang harganya Rp 6.000 per kilogram (kg), petani sangat berminat," katanya.

Optimistis

Harga kedelai Rp 5.500 per kg saja, menurut Mustopa, sudah membuat pabrik tahu untung. Di lain pihak, petani juga untung karena produktivitas kedelai tertinggi hanya 1,5 ton per hektar per musim tanam. Menurut Mustopa, beberapa daerah memiliki iklim yang menunjang untuk penanaman kedelai, seperti Kabupaten Cianjur, Garut, dan Subang. Kedelai membutuhkan tanah yang mengandung kapur.

Jika perekonomian Jabar terus berkembang seperti beberapa tahun terakhir, Mustopa optimistis UKM secara keseluruhan tidak akan mengalami masalah berarti pada tahun 2008. Prospek usaha itu diharapkan semakin cerah.

Gubernur Jabar Danny Setiawan mengatakan, penanaman kedelai di Jabar sedang diupayakan untuk ditingkatkan. Tanaman itu membutuhkan lahan yang cocok, yaitu beriklim panas dengan terpaan sinar matahari yang lebih lama. (bay)

Alfamart bantu pemasok kecil

JAKARTA: PT Sumber Alfaria Trijaya, pengelola jaringan minimarket Alfamart bersikap kompromi terhadap pemasok kecil menengah (UKM), seperti menyangkut jadwal pembayaran.

"Jadwal pembayaran saat ini rata-rata kurang dari sebulan. Kami tetap fleksibel sesuai kepentingan UKM," ujar Public Relation Manager Alfamart Ignatius Didit Setiadi, kemarin.

Jadwal pembayaran Alfamart umumnya 45 hari. Perbaikan pembayaran terhadap pemasok kecil binaan Kemenkop, Depdag dan Depperin ini setelah dilakukan negosiasi dengan peritel.

Saat ini setidaknya 20-an produk UKM masuk jaringan Alfamart, yang dijual dengan private label Pas dan Pasti. Sistem ini bernilai lebih karena ada jaminan pemasaran produk. (Bisnis/mgm)

Hambatan Nonteknis di Pasar Tradisional

BANDUNG, (PR).-

Sekalipun pasar-pasar tradisional di Bandung berada di lokasi yang strategis, tetapi tidak akan membuat pengembang mudah tertarik merevitalisasi pasar tradisional. Sebab, banyak faktor nonteknis yang menjadi kendala pengembang, seperti prosedur perizinan yang rumit dan tidak adanya kepastian dalam penegakan aturan.

"Terlalu banyak faktor nonteknis yang harus dihadapi sehingga revitalisasi beberapa pasar tradisional di Bandung membutuhkan biaya terlalu tinggi," ujar Wakil Ketua REI Jabar Bidang Properti Komersial dan Jasa Komersial Real Estate Herry Suherlan, se usai seminar "Pokja Regulasi Perdagangan", Dewan Pengembangan Ekonomi (DPE) Kota Bandung, kemarin.

Menurut Herry, hambatan-hambatan faktor nonteknis tersebut, membuat pengerjaan revitalisasi pasar hampir tidak bisa mengikuti disiplin perencanaan. Akibatnya, biaya pembangunan membengkak dan membuat harga jual kios menjadi mahal.

"Beberapa pengembang yang melakukan revitalisasi pasar malah sampai mengalami kerugian karena terlalu tingginya biaya-biaya nonteknis tersebut," katanya, tanpa memerinci lebih lanjut.

Menyinggung masalah nonteknis, Herry menyebutkan di antaranya masalah pengosongan lahan yang sering menjadi hambatan serius karena adanya resistensi dari para pedagang yang menghuni lahan tersebut sebelumnya. Hal itu biasanya akan membuat pembangunan tertunda hingga bertahun-tahun.

Oleh karena itu, di masa mendatang, menurut Herry, seharusnya ada semacam pembagian tugas. Pemkot menangani masalah-masalah nonteknis, sedangkan pengembang hanya berurusan dengan teknis pembangunan pasar yang direvitalisasi. Dengan demikian, akan mendorong efisiensi dan membuat harga jual kios menjadi lebih murah.

"Penghitungan waktu BOT (built operating and transfer) juga, sebaiknya dimulai pada saat pembangunan selesai. Dengan begitu, penanganan masalah nonteknis yang bisa bertahun-tahun, tidak ikut dihitung," katanya.

Sementara itu, dalam "Diskusi Ahli Membangun Sinergitas Pasar Tradisional dan Pasar Modern", Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB Dindin Damanhuri menilai, keppres tentang pasar ini perlu dikawal dalam pelaksanaannya di tingkat Kab./Kota. "Asosiasi-asosiasi pedagang kecil harus diperkuat hingga mampu membuat kontrak politik dengan pemda. Mereka harus terus mendesak hingga dapat bermain pada tingkat perumusan peraturan," tuturnya.

Selain peran aktif dari para pedagang, pihak pemerintah diharapkan lebih aktif dalam penegakan aturan main. "Perlu penegakan aturan tentang pangsa pasar, jam operasional, dan komoditas yang dijual. Bagaimana pasar tradisional bisa berkembang jika segala kebutuhan ada di pasar modern?" tutur Dadang Suganda, Ketua Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) Jabar. Kehadiran ritel modern hingga ke kecamatan mematikan peran pasar tradisional. (A-137/CA-165/CA-169)***

BSM DIY Dukung UMKM

YOGYAKARTA (SINDO) – Bank Syariah Mandiri (BSM) mengalokasikan Rp85 miliar untuk kredit ke sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Terkait itu, BSM Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) akan memanfaatkan sebesar-besarnya dana tersebut untuk pengembangan UMKM.

Pimpinan BSM DIY Ismed Ali Ganie mengatakan, UMKM merupakan salah satu sektor yang paling potensial untuk berkembang di DIY. "Perkembangan perekonomian di DIY pascagempa mulai menggeliat seiring dengan bangkitnya UMKM di DIY. Apalagi sebagian besar penduduk di wilayah ini bergerak di bidang UMKM, khususnya di industri kerajinan," kata Ismed se usai menandatangani MoU bertepatan dengan Festival Ekonomi Syariah di Ambarrukmo Plaza kemarin.

Ismed mengaku tidak menargetkan jumlah kredit yang akan dikucurkan walau pengembangan UMKM di DIY sangat potensial. "Kalau bisa dari Rp85 miliar, kita gunakan secara maksimal," ujarnya. Ismed menuturkan, untuk mengucurkan kredit ke UMKM, pihaknya akan menggandeng baitul mal wattamwil (BMT) yang terdapat di daerah-daerah.

Kerja sama dengan BMT akan mempermudah prosedur pengucuran kredit. "Hingga saat ini, kami sudah bekerja sama dengan sekitar 20–30 BMT di seluruh DIY," jelasnya. Dihubungi terpisah, Deputi Gubernur Bank Indonesia Budi Mulya mengatakan, strategi perluasan jaringan layanan yang cukup ekspansif telah memperkuat keberpihakan perbankan syariah terhadap pemberdayaan masyarakat kecil sebagaimana yang tecermin dari besarnya pembiayaan ke kelompok UMKM. "Pada November 2007 saja sektor pembiayaan ke UMKM mencapai Rp18,6 triliun," kata Budi. (meta sukma)

Produktivitas UMKM Terus Dipacu

MEDAN (SINDO) – Dinas Koperasi (Diskop) dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Provinsi Sumatera Utara (Sumut) menargetkan pertumbuhan produktivitas usaha mikro kecil menengah (UMKM) tahun 2008 mencapai 18%.

Kepala Diskop dan UKM Provinsi Sumut Ridwan Siregar mengatakan, produktivitas tersebut dapat dihitung dari pertumbuhan koperasi dan unit UMKM tahun ini. Selain itu, bisa juga dengan penambahan volume usaha UMKM yang telah lama berdiri dan berkembang.

"Dengan dana anggaran pendapatan belanja negara melalui daftar isian pelaksanaan anggaran sebesar Rp5,3 miliar dan anggaran pendapatan belanja daerah yang diajukan sebesar Rp14 miliar, kita harapkan mampu meningkatkan produktivitas kerja terutama UMKM berkisar 16–18%," kata Ridwan kemarin. Dia mengatakan, jika produktivitas telah tumbuh, suntikan modal langsung atau melalui koperasi akan lebih mudah diperoleh sehingga pertumbuhan unit usaha UMKM yang baru sebanyak 332.750 lebih mudah tercapai.

Peningkatan produktivitas UMKM juga akan menyerap tenaga kerja yang menjadi sasaran di bidang koperasi dapat bertumbuh 15% dan wujud koperasi berkualitas akan bertambah 671 koperasi pada tahun ini dapat tercapai. "Sesuai target, Diskop dan UKM menargetkan pertumbuhan koperasi hingga 2009 mencapai 3.382 koperasi. Sepanjang 2008, kami menargetkan pertumbuhan 671 koperasi," katanya.

Untuk mencapai hal tersebut, pihaknya akan fokus untuk memperbaiki kualitas mulai dari sumber daya manusia, manajemen mulai perbaikan administrasi kegiatan, koordinasi program dan teknis diperbaiki hingga kelembagaan. "Perbaikan-perbaikan ini juga dapat memudahkan koperasi mendapatkan bantuan dari perbankan karena dinilai telah profesional, yang kemudian akan disalurkan ke UMKM melalui metode simpan-pinjam atau lainnya.

Upaya ini juga untuk membuat sektor riil bergerak optimal," ucapnya seraya mengatakan bahwa Pemkab dan Pemkot harus mendukung dengan regulasi yang berpihak. Ketua Forum Daerah UKM Sumut Cahyo Pramono mengatakan, pada dasarnya, upaya untuk mengembangkan usaha kecil sangat diterima. Namun, yang penting adalah berapa besar jangkauan pengembangan tersebut.

"Kalau dilihat, sebenarnya produktivitas UKM atau UMKM sudah cukup bagus. Tapi jika memang ada yang berkeinginan untuk membuatnya lebih bagus, tentu kita terima. Hanya, berapa banyak yang akan dijangkau karena jumlahnya tidak sedikit dan bagaimana kelanjutannya," katanya. (Jelia Amelida)

500 Pasar Tradisional Terpinggirkan Di Kota Bandung terdapat enam hipermarket dan 67 supermarket.

BANDUNG -- Sedikitnya 500 pasar tradisional di Jabar secara berangsur-angsur mulai tergusur dengan kehadiran pasar modern. Data yang dihimpun Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (Aprindo), menunjukkan, di Kota Bandung saja terdapat enam hipermarket, 67 supermarket, dan 316 minimarket.

Sekretaris Komisi B DPRD Jabar dari Fraksi PAN, Maman Abdurrahman, menjelaskan, pertumbuhan jumlah supermarket dan minimarket di Jabar nyaris tidak terkendali.

Supermarket dan minimarket tersebut, kata dia, mulai merambah ke tingkat pedesaan. Maman menjelaskan, bila tidak segera dikendalikan, kehadiran supermarket dan minimarket itu, akan melumpuhkan kegiatan pasar tradisional. "Kita tahu, Jabar punya lebih dari 500 pasar tradisional. Di pasar tradisional, ribuan orang melakukan pergerakan roda ekonomi," ujar dia kepada Republika, Jumat (8/2).

Saat ini, ungkap Maman, sejumlah pasar tradisional secara bertahap mulai kolaps dengan kehadiran supermarket dan minimarket. Pihaknya pun belum lama ini sempat menerima keluhan dari pedagang pasar tradisional atas kehadiran supermarket dan minimarket di sekitar wilayahnya.

Maman mengakui, izin pendirian untuk pasar modern tersebut dikeluarkan oleh pemkab dan pemkot. Sementara izin distribusi barangnya, tutur dia, merupakan kewenangan pemerintah pusat.

Pihaknya mencoba menindaklanjuti aspirasi pedagang pasar tradisional itu dengan cara membuat perda inisiatif tentang perlindungan pasar tradisional. Dia berharap, pada tahun 2008 perda tersebut bisa diberlakukan. Ke depannya, tutur dia, supermarket dan minimarket tidak boleh berdekatan dengan pasar tradisional.

"Selamatnya pertengahan tahun ini, perda tersebut sudah rampung. Kami minta pemkab dan pemkot ikut melindungi nasib pasar tradisional," tutur dia. Pasar tradisional, kata Maman, merupakan lokasi signifikan untuk menggerakkan roda ekonomi. Pasalnya, sambung dia, pasar tradisional melibatkan banyak pedagang, ketimbang supermarket dan minimarket.

Anggota Komisi B DPRD Jabar dari Fraksi PKS, Aji Asyhari, menambahkan, maraknya supermarket dan minimarket di Jabar mulai berlangsung sejak tahun 2000. Dia menjelaskan, keberadaan ratusan pasar modern tersebut, sama sekali tidak mempertimbangkan nasib pedagang di pasar tradisional.

Menurut Aji, seharusnya pemkab, pemkot, dan pemerintah pusat tidak terlalu longgar dalam mengeluarkan izin pendirian pasar modern. "Saya jadi heran, mengapa izin tersebut sangat mudah. Apakah tidak terpikir nasib pedagang tradisional," ujar dia kepada Republika, belum lama ini.

Aji pun mengakui bahwa, izin pendirian pasar modern itu sama sekali tidak melibatkan pemprov. Meski demikian, sambung dia, gubernur selaku koordinator daerah, berhak mengingatkan bupati dan wali kota untuk menghentikan pengeluaran izin pembangunan pasar modern yang tidak proporsional.

Dirinya menandakan, sebaiknya minimarket dan supermarket itu hanya beroperasi di daerah perkotaan. Kata Aji, khusus untuk daerah pelosok, idealnya hanya dilengkapi dengan pasar tradisional.

Meski kewenangan izin pembangunan pasar modern di tangan pemkab dan Pemkot, namun Pemprov Jabar berupaya untuk mempertahankan keberadaan pasar tradisional. Gubernur Jabar, Danny Setiawan, dalam kegiatan inspeksi mendadak (sidak) ke Pasar Induk Caringin, Kota Bandung, Jumat (8/2), berjanji akan mempertahankan keberadaan pasar tradisional.

Menurut dia, roda perekonomian di lingkungan pasar tradisional cukup efektif. Oleh karena itu, pihaknya menyetujui bila pasar tradisional harus dipertahankan. Bahkan, kata Danny, DPRD dan Pemprov Jabar saat ini sedang menyiapkan perda tentang perlindungan pasar tradisional. Pihaknya mengakui, pembangunan pasar modern tidak bisa dihindarkan.
(san)

14 Industri Kecil Berbasis Terigu Kritis

[JAKARTA] Langkah pemerintah mengeluarkan Perpres Stabilisasi Harga Pangan belum memiliki dampak positif bagi industri kecil dan menengah (IKM). Terbukti, sebanyak 14 IKM berbasis tepung terigu kritis serta dua IKM terpaksa tutup karena tidak mampu menutupi biaya produksi yang tinggi.

"Seharusnya dalam membuat kebijakan pemerintah lebih pro kepada masyarakat dan industri kecil," ujar Dirut PT Sriboga Raturaya Alwin Arifin kepada SP, baru-baru ini. Menurutnya harga tepung terigu yang saat ini mencapai Rp 6.800-Rp 7.000 per kilogram (kg) memberatkan industri kecil, seperti penjaja mie ayam, roti manis, dan kue-kue kecil jajanan pasar.

Perusahaan itu menaungi memiliki 21 koperasi dan sekitar 700 anggota, mulai dari industri besar, menengah, dan kecil. Namun saat ini, industri menengah dan kecil mengeluhkan tidak sanggup berproduksi akibat melonjaknya harga bahan baku. Sementara upaya menekan margin, dan memperkecil kemasan dianggap tidak mampu menutupi biaya produksi yang tinggi.

Menurut Alwin, industri kecil biasanya hanya memakai bahan baku lima sak tepung terigu per hari. Sebelumnya, pada bulan November-Desember 2007 harga satu sak tepung terigu mencapai Rp 130.000. Namun semenjak lonjakan harga komoditas pangan harga tepung terigu terus naik, bahkan mencapai Rp 150.000-Rp 170.000/sak.

"Harga tepung terigu akan terus bergerak naik seiring dengan perkembangan harga gandum internasional. Diprediksi harga tertinggi terjadi di bulan Mei 2008, yakni Rp 8.000/kg atau Rp 200.000 per sak (25 kilogram)," ujarnya.

Peta Konsumsi Turun

Sementara itu, peta konsumsi nasional tepung terigu di 2008 juga diperkirakan menurun sampai 200.000 ton, dari 3,6 juta ton menjadi 3,4 juta ton. Hal tersebut dikarenakan daya beli masyarakat menurun, sementara lonjakan harga komoditas pangan belum bisa ditekan oleh pemerintah. Di sisi lain harga gandum internasional terus melonjak naik bahkan mencapai US\$ 593 per matrik ton (MT), dari sebelumnya US\$ 188/MT di 2007.

Berdasarkan data US Wheat Associates harga gandum Free on Board (FOB) pada Februari 2008 diperkirakan mencapai US\$ 593-US\$ 600/MT.

Saat ini, produksi tepung terigu PT Sriboga Raturaya sebesar 1.500 MT per hari, atau sekitar 525.000 MT per tahun. Sementara impor gandum mencapai 300.000 MT/tahun dari Australia dan Amerika Serikat (AS).

Sementara itu, Asosiasi Pengusaha Gula dan Terigu Indonesia (Apegti) menilai keputusan pemerintah menanggung PPN tepung terigu sebesar 10 persen bisa membantu mengurangi lonjakan harga tepung terigu di pasaran. Sehingga harga terigu, yang saat ini ada di kisaran Rp 6.800-Rp 7.000 per kilogram (kg) bisa turun harga Rp 6.000.

Ketua Apegti Natsir Mansyur mengatakan kebutuhan terigu dalam negeri mencapai 4 juta ton yang digunakan mulai dari industri makanan besar, menengah, dan kecil. Kebutuhan terigu dalam negeri hampir 90 persen diisi oleh empat pemain besar, yakni PT ISM Bogasari Flour Mills, PT Sriboga Raturaya, PTT Eastern Peral Flour Mills, dan PT Panganmas Inti Persada.

[EAS/M-6]

Dana pengembangan pasar tradisional dipangkas

JAKARTA: Kementerian Koperasi dan UKM tahun ini memangkas dana pengembangan pasar tradisional dan sarana pemasaran usaha mikro melalui koperasi dari tahun sebelumnya Rp37,2 miliar menjadi hanya Rp13,3 miliar.

Sejalan dengan hal tersebut, jumlah pasar sasaran pengembangan dari tahun lalu yang mencapai 48 unit di berbagai daerah tahun ini dikurangi menjadi hanya 14 unit.

Asisten Deputi Urusan Sarana dan Prasarana Pemasaran Kementerian Koperasi dan UKM Ahmad Zabadi mengatakan pengurangan ini terkait dengan penurunan anggaran di instansinya.

"Ini karena anggaran kami juga menyusut, kalau yang mengajukan [usulan] banyak jumlahnya," ujarnya kepada Bisnis, baru-baru ini.

Program pengembangan sarana dan prasarana pasar tradisional dilakukan sejak 2003. Hingga akhir tahun lalu, program ini mencakup 80 pasar kelolaan koperasi dengan serapan anggaran mencapai Rp89,08 miliar.

Zabadi mengatakan latar belakang program ini adalah posisi pasar tradisional yang strategis, yang jumlahnya mencapai 13.450 unit dengan jumlah pedagang lebih dari 12.600 orang.

Namun, sarana usaha para pedagang kecil ini umumnya kumuh, becek, bau dan sampah yang berserakan. Pada saat yang sama, pasar ini terdesak oleh pertumbuhan pasar modern yang ekspansif.

Ngadiran, Sekretaris Umum APPSI (Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia), mengatakan pasar modern makin mendesak keberadaan pedagang kecil.

Sementara itu hipermarket makin berani melanggar aturan zonasi dengan memasuki wilayah permukiman dan bergabung dengan pasar tradisional.

Malah turun

Zabadi mengungkapkan pasar modern, termasuk hipermarket, tumbuh 31,4%, sebaliknya pasar tradisional justru menurun 8,1% per tahun.

Terkait dengan hal itu, pemerintah berusaha meningkatkan daya saing pasar tradisional melalui perbaikan fisik, manajemen dan sumber daya pengelolanya.

Selain pasar tradisional, sasaran pengembangan juga mencakup sarana pemasaran usaha mikro di daerah perbatasan, atau daerah korban bencana.

Tujuannya adalah menyediakan sarana pemasaran bagi usaha kecil yang layak, bersih dan teratur sehingga tidak ditinggalkan konsumennya, memberikan kepastian lokasi berusaha, dan meningkatkan kapasitas pedagang.

Zabadi mengatakan penerima bantuan ini disyaratkan berbadan hukum koperasi. "Intinya bukan sekadar membangun pasar tapi memperkuat koperasi agar bisa meningkatkan layanannya kepada anggota [pedagang]."

Selain berbadan hukum, koperasi penerima bantuan harus memenuhi sejumlah syarat, seperti mempunyai anggota minimal 10 orang, dan melampirkan gambar pasar ataupun rencana anggaran dan belanja yang disahkan dinas pekerjaan umum.

Selain itu, memperoleh dukungan dari pemerintah daerah setempat berupa perizinan dan kontribusi daerah, sekaligus menyampaikan kelayakan usaha. (fatkhul.maskur@bisnis.co.id)

Oleh Moh. Fatkhul Maskur
Bisnis Indonesia

Membidik Pasar Baru

Perlambatan ekonomi global berdampak pada orientasi pasar ekspor sejumlah negara di Asia. Tingkat persaingan pun semakin ketat, sementara usaha kecil berupaya berekspansi pasar.

Sejak pertengahan 2007 lalu, ekonomi dunia mulai menunjukkan gejala yang berdampak pada ekonomi dunia 2008. Setidaknya, banyak faktor yang memengaruhi hal tersebut, di antaranya kasus subprime mortgage di Amerika Serikat (AS) dan kenaikan harga energi terutama minyak mentah. Awalnya, sebagian kalangan memprediksi masalah subprime mortgage dan multiple deficit di negeri adidaya itu tidak akan berdampak luas. Bahkan, petinggi Negeri Paman Sam itu meyakini ekonomi AS akan pulih pada kuartal I/2008.

Memang, kuartal I hingga kini masih berjalan, tetapi dampak akan adanya perubahan positif masih jauh, sehingga asumsi yang menyebutkan perlambatan ekonomi AS akan pulih, ternyata meleset. Tak ayal, sejumlah kalangan berasumsi bahwa tahun 2008 merupakan tahun balon (a year of the bubbles). Perlambatan ekonomi global, kelemahan struktural ekonomi AS merupakan faktor eksternal yang akan memengaruhi kinerja ekonomi Indonesia pada 2008.

Terlebih, kebergantungan Indonesia pada ekonomi internasional sangat besar baik lewat perdagangan, investasi, maupun dalam pembiayaan. Tak pelak, hal ini akan berdampak signifikan bagi kinerja ekonomi Indonesia. Wajar jika beberapa waktu lalu, lembaga moneter internasional (IMF) mengingatkan pemerintah Indonesia untuk mewaspadai dampak perlambatan ekonomi AS.

Meski begitu, IMF menilai outlook perekonomian Indonesia tahun ini masih aman (favourable). Bahkan, Kepala Perwakilan IMF di Indonesia, Stephen Schwartz, mengatakan bahwa perekonomian Indonesia saat ini menunjukkan tren pertumbuhan yang semakin meningkat. "Saya kira kekhawatiran terbesar adalah perlambatan pertumbuhan ekonomi di AS. Karena AS merupakan negara ekonomi terbesar, sementara pertumbuhannya justru lebih lambat dari tahun lalu.

Jadi, pertanyaannya adalah bagaimana dampaknya bagi Asia, dan Indonesia?" kata Schwartz. Schwartz menilai perekonomian negara-negara Asia dewasa ini lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Salah satu indikatornya adalah permintaan domestik yang terus meningkat di negara-negara Asia. Namun, bukan berarti faktor eksternal akibat perlambatan ekonomi global bisa dieliminasi. Tentu ada risiko terhadap pertumbuhan ekonomi negara-negara di Asia. Setidaknya, ekspor Indonesia ke AS dipastikan akan mengalami penurunan.

Artinya, pemerintah harus mampu mengoptimalkan pasar domestik dan mereposisi pasar ekspor Indonesia ke pasar-pasar baru yang nontradisional, misalnya ke Timur Tengah, Afrika, Amerika Latin, China, atau negara Asia lainnya. Hal ini dimaksudkan agar Indonesia tidak kehilangan momentum pertumbuhan ekonomi, yang mana pemerintah menargetkan pertumbuhan ekonomi 2008 pada kisaran 6,2–6,3%. Namun, negara-negara Asia lain pun kemungkinan besar akan melakukan hal serupa. Mereka akan berupaya mereposisi pasar ke negara-negara yang sama. Artinya, tingkat persaingan pun semakin besar. Belum lagi China, Jepang, dan India yang kini juga mereposisi pasar mereka ke wilayah Asia lainnya termasuk ASEAN.

Di Simpang Jalan

Berdasarkan hasil penelitian Economist Intelligence Unit (EIU) terkait lalu lintas perdagangan regional yang berjudul *Trading up: A New Export Landscape for ASEAN and Asia* menunjukkan, ASEAN berada di persimpangan jalan antara berintegrasi bisnis antaranggota ASEAN atau masing-masing berdiri sendiri membangun hubungan dagang bilateral dengan China.

Penelitian ini merupakan lanjutan dari ASEAN Exports: Today, Tomorrow and the High-value Challenge yang dirilis pada ASEAN Business and Investment Summit 2006 ke-4. Dari pergerakan barang-barang lintas batas di Asia, dimulai dengan kawasan ASEAN menunjukkan, bahwa ekspor ke China dari seluruh anggota ASEAN (kecuali Vietnam) menunjukkan tren peningkatan tajam. Tetapi, perdagangan antarnegara ASEAN sendiri justru menurun. Penelitian ini fokus pada enam negara pusat ekonomi terbesar ASEAN (Singapura, Malaysia, Indonesia, Filipina, Thailand, dan Vietnam).

Dalam laporan tersebut juga terungkap bahwa volume perdagangan telah berubah selama tujuh tahun terakhir, komposisi perdagangan pun telah berubah dan yang terpenting, lalu lintas perdagangan yang terjadi sejalan untuk menanggapi perubahan kondisi ekonomi dan bisnis. Setidaknya, ASEAN harus memahami bagaimana perubahan pola dan lalu lintas perdagangan, terutama setelah pusat perindustrian seperti China dan India tumbuh dalam sistem perdagangan dunia.

Pola-pola perdagangan yang dinamis baik di dalam maupun di luar wilayah ASEAN paling tidak harus dimanfaatkan pemerintah Indonesia khususnya bagi para pelaku bisnis, baik skala usaha besar maupun kecil dan menengah, agar mereka bisa mengubah strategi dalam menghadapi kondisi pasar ekspor baru. Lantas, bagaimana dengan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kawasan Asia menyikapi hal ini? Sebuah survei yang dilakukan The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC) terhadap para UMKM di sembilan negara di Asia Pasifik menunjukkan pandangan optimistis.

Untuk Indonesia sendiri, sebanyak 73% UMKM berpandangan positif terhadap perkembangan ekonomi nasional pada 2008. Sekitar 35% berpendapat perekonomian Indonesia akan tumbuh lebih cepat, sedangkan 38% menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi akan sama dengan tahun sebelumnya, dan sisanya sebanyak 27% menyatakan perekonomian Indonesia berpotensi mengalami pertumbuhan negatif. Secara umum, di kawasan emerging market seperti Indonesia, China, India, Vietnam, dan Taiwan, rata-rata UMKM menyatakan masih berpandangan optimistis. Kondisi ini berbeda dengan negara mapan lain seperti Singapura dan Hong Kong yang sebagian besar berpandangan optimistis terhadap potensi ekonomi pada 2008.

Survei yang berjudul *Asia Pacific Small Business Confidence* itu juga menunjukkan 81% UMKM di Indonesia berencana untuk berekspansi pada 2008. (thomas pulungan/ faizin aslam/ yani a)

Sasaran Pemberdayaan UMKM 2008

Peningkatan akses UMKM kepada sumberdaya produktif. Arah kebijakan yang harus ditempuh adalah meningkatkan akses modal UMKM kepada lembaga keuangan.

Caranya dengan mendorong penyediaan skim penjaminan kredit, khususnya kredit investasi produktif di sektor agribisnis dan industri dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi, nilai tambah dan ekonomi daerah. Meningkatkan fasilitas pemasaran dan promosi ekspor produk-produk UMKM dan koperasi.

Peningkatan usaha dan jumlah koperasi yang berkualitas sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi, melalui program peningkatan kualitas kelembagaan koperasi. Arah kebijakan yang dilakukan yakni, melaksanakan pembinaan, pengawasan dan penilaian perkoperasian dan pelatihan.

Serta pemasyarakatan praktik-praktik koperasi terbaik, sekaligus bimbingan teknis penerapan akuntabilitas koperasi. Peningkatan wirausaha baru berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Meningkatkan akses teknologi dengan menyediakan fasilitas layanan teknologi, baik oleh pemerintah maupun partisipasi dunia usaha, dan percontohan usaha berbasis teknologi. Di samping itu, pemberdayaan koperasi dan UMKM juga sekaligus diarahkan untuk mendorong kesempatan kerja yang lebih luas termasuk melalui penumbuhan wirausaha baru.

Peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor. Dalam rangka upaya peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, kebijakan pemberdayaan koperasi dan UMKM difokuskan kepada peningkatan produktivitas dan akses UMKM kepada sumberdaya produktif. Arah kebijakan yang penting adalah mendukung terciptanya iklim usaha yang kondusif bagi UMKM, yakni dengan menyelesaikan penyusunan peraturan pelaksanaan RUU tentang UMKM dan koperasi, dan melancarkan formalisasi usaha.

Pemantauan dampak kebijakan dan regulasi sektor dan daerah terhadap perkembangan koperasi dan UMKM, termasuk berbagai praktek usaha curang dan yang menghambat. Termasuk identifikasi peluang investasi koperasi dan UMKM. Peningkatan kapasitas pengusaha mikro untuk mendukung pendapatan kelompok masyarakat miskin di perdesaan dan daerah tertinggal.

Utamanya difokuskan untuk mendorong pertumbuhan yang berpihak pada rakyat miskin, yaitu melalui kegiatan prioritas, yakni memperluas jangkauan dan kapasitas pelayanan lembaga keuangan mikro (LKM) baik pola pembiayaan konvensional maupun pola bagi hasil/syariah. Termasuk memberdayakan perempuan sebagai pengusaha mikro.

Meningkatkan kemampuan pengusaha mikro dalam aspek manajemen usaha dan teknis produksi sekaligus memfasilitasi pengembangan sarana dan prasarana usaha mikro. Terakhir memfasilitasi pembinaan sentra-sentra produksi tradisional dan usaha ekonomi produktif lainnya di perdesaan dan daerah tertinggal.

UKM dan Orientasi Ekspor

Cetak biru ASEAN Economic Community 2015 memuat ambisi pembentukan ASEAN sebagai pusat perdagangan kawasan yang terintegrasi.

Dengan target mulai 2008 dan implementasi penuh pada 2015, masalahnya, bagaimana kesiapan pelaku bisnis Indonesia, yang mayoritas usaha kecil dan menengah (UKM)? Berapa banyak UKM yang sudah proaktif menggarap pasar ekspor? Apa saja tantangan utama yang dihadapi UKM kita? Boleh dikatakan, UKM merupakan soko guru perekonomian Indonesia. Selama 1997–2006, jumlah perusahaan dengan skala UKM mencapai sekitar 99% dari keseluruhan jumlah unit usaha di Indonesia.

Sumbangan UKM terhadap produk domestik bruto mencapai 54–57%. Sumbangan UKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sekitar 96%. Bagaimana peran UKM dalam konfigurasi ekspor nasional? Pascakrisis, kontribusi ekspor UKM untuk seluruh sektor memang hanya sekitar 19–21%. Dengan kata lain, justru usaha skala besar yang memainkan peranan penting dalam ekspor. Mayoritas UKM cenderung menggarap pasar domestik dan menggunakan input lokal. Boleh dikatakan, UKM yang berorientasi ekspor masih minimal.

Sekitar 91% UKM melakukan kegiatan ekspornya melalui pihak ketiga eksportir/pedagang perantara. Hanya 8,8% yang berhubungan langsung dengan pembeli/importir di luar negeri. Apa tantangan yang dihadapi UKM Indonesia? Tantangan UKM meliputi: Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UKM dikelola perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya. Kedua, rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.

Ketiga, sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dimilikinya status badan hukum. Mayoritas UKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris, 4,7% tergolong perusahaan perorangan berakta notaris, dan hanya 1,7% yang sudah mempunyai badan hukum (PT/NV, CV, firma, atau koperasi). Keempat, tren nilai ekspor menunjukkan betapa sangat berfluktuasi dan berubah-ubahnya komoditas ekspor Indonesia selama periode 1999–2006. Penyebabnya adalah eksportir masih menunggu order dari pembeli/pelanggan dari luar negeri, faktor musim di negara mitra dagang ikut berpengaruh, dan belum stabilnya bisnis UKM yang berorientasi ekspor. Kelima, masalah terbesar yang dihadapi dalam pengadaan bahan baku adalah mahalnyanya harga bahan baku, terbatasnya ketersediaan bahan baku, dan jarak yang relatif jauh.

Penyebabnya, bahan baku bagi UKM yang berorientasi ekspor sebagian besar berasal dari luar daerah UKM berlokasi. Keenam, masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampilnyanya tenaga kerja dan mahalnyanya biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat.

Akibatnya, banyak sentra ekspor mengalami kelangkaan tenaga terampil untuk sektor tertentu. Ketujuh, dalam bidang pemasaran, masalah pemasaran terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi dan penetrasi pasar di luar negeri. Dalam konteks inilah, setidaknya ada dua langkah strategi yang bisa diusulkan, yaitu demand pull strategy dan supply push strategy.

Demand pull strategy mencakup strategi perkuatan sisi permintaan, yang bisa dilakukan dengan perbaikan iklim bisnis, fasilitas mendapatkan HaKI (paten), fasilitas pemasaran domestik atau luar negeri, serta menyediakan peluang pasar. Dalam pembahasan RUU UMKM dan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia di DPR, saya mengusulkan urgensi pembentukan Indonesia Trading House (ITH) yang diilhami kisah sukses trading house di Jepang (Sogo Shosha), Latin Amerika (Comercializadoras), Prancis (Opérateur Spécialisé en Commerce Extérieur), dan India (Export Houses).

ITH seperti umumnya “rumah dagang” adalah commercial intermediaries yang menspesialisasikan diri pada pengembangan perdagangan jasa dan produk, yang dipasok pihak lain. Fokus ITH adalah pada ekspor, impor, perdagangan dengan negara lain sebagai aktivitas utama, penggunaan organisasi pemasaran, infrastruktur, dan jaringan pengadaan bahan baku untuk melayani pemasok dan pelanggan. Urgensi pembentukan ITH karena faktanya, para eksportir menyatakan bahwa hal yang paling penting dilakukan agar ekspor dapat meningkat adalah adanya peran ITH dalam memfasilitasi pertemuan dengan pembeli asing.

Hal ini seperti sejalan dengan masalah yang dihadapi dalam memasarkan produk ke luar negeri, yaitu minimnya kemampuan dalam menguasai bahasa asing sehingga mengganggu proses negosiasi. Dengan hadirnya ITH sebagai mediator, tentunya proses negosiasi diharapkan dapat berjalan lebih baik. Selain itu, yang dirasakan eksportir dapat meningkatkan ekspor adalah usaha untuk memperpendek dan memudahkan aturan administrasi ekspor.

Kondisi ini kemudian didukung dengan upaya untuk meningkatkan pengetahuan tentang tata cara ekspor yang dapat dilakukan melalui pendidikan dan lokakarya singkat. ITH dapat diarahkan untuk memfasilitasi hal ini. Langkah strategi lainnya adalah supply push strategy mencakup strategi pendorong sisi penawaran, yang bisa dilakukan dengan ketersediaan bahan baku, dukungan permodalan, bantuan teknologi/mesin/alat, serta peningkatan kemampuan SDM.

Harus diakui, telah cukup banyak upaya pembinaan dan pemberdayaan UKM yang dilakukan lembaga-lembaga dan departemen yang concern dengan pengembangan UKM. Hanya, upaya pembinaan UKM sering tumpang tindih dan dilakukan sendiri-sendiri. Perbedaan persepsi mengenai UKM menyebabkan pembinaan usaha kecil masih terkotak-kotak atau sector oriented, di mana masing-masing instansi pembina menekankan pada sektor atau bidang binaannya sendirisendiri.

Akibatnya, terjadilah dua hal: (1) ketidakefektifan arah pembinaan; (2) tiadanya indikator keberhasilan yang seragam, karena masing-masing instansi pembina berupaya mengejar target dan sasaran sesuai dengan kriteria yang telah mereka tetapkan sendiri. Karena egoisme sektoral/departemen, dalam praktik sering dijumpai terjadinya “persaingan” antarorganisasi pembina. Bagi pengusaha UKM pun, mereka sering mengeluh karena hanya selalu dijadikan “objek” binaan tanpa ada tindak lanjut atau pemecahan masalah mereka secara langsung.

Harapan pelaku UKM adalah agar masalah dan tantangan yang mereka hadapi dapat dibantu pemerintah dan Kadin. Semoga UKM tidak hanya menjadi “komoditi politik” yang hanya nyaring digaungkan saat kampanye pemilu dan pilkada, tetapi dilupakan setelah “kursi jabatan” dipegang. (*)

Mudrajad Kuncoro,
Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM

Askrindo Alokasikan 90 Persen Jaminan Kreditnya Untuk UMKM

TEMPO Interaktif, Jakarta:PT (Persero) Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) mengalokasikan 90 persen dari total penjaminan kreditnya tahun ini untuk kredit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Total penjaminan kredit Askrindo pada 2008 sekitar Rp 20 triliun, naik dibanding tahun lalu yang hanya Rp 11 triliun. Dari total tersebut, sekitar Rp 28 triliunnya dialokasikan untuk kredit UMKM. "Sebagian besar penjaminan kredit untuk UKM, sekitar 90 persennya" kata Direktur Utama PT. Asuransi Kredit Indonesia, Chairul Bahri dalam acara penandatanganan kerja sama penjaminan kredit antara Bank Niaga dan PT. Askrindo di Jakarta.

Alokasi dana yang besar untuk UMKM, kata Chairul sesuai dengan tujuan pendirian Askrindo sebagai piranti keuangan yang menunjang pengembangan UMKM.

Total klaim yang dibayarkan oleh Askrindo pada tahun lalu Rp 40 miliar, naik Rp 4 miliar dari tahun 2006 yang total klaimnya sebesar Rp 36 miliar. Dari total klaim tahun lalu, Chairul mengatakan lebih dari 50 persennya atau lebih dari Rp 20 miliar merupakan klaim dari kredit UMKM.

Bank Niaga sejak tahun 1990 menjalin kerja sama dengan Askrindo dalam penjaminan kredit. Tahun lalu, Bank Niaga menjaminkan sekitar 10 persen dari total kredit mikro kecil Bank Niaga kepada Askrindo, yaitu sekitar Rp 360 miliar dari Rp 3,6 triliun. Dari nilai kredit yang dijaminkan tersebut, menurut Vice President SME 1 Area Manager Bank Niaga, Chairul Aslam, yang diklaim kepada Askrindo hanya Rp 1 miliar.

Tahun lalu, hanya 2 debitur yang kami ajukan klaimnya ke Askrindo, nilainya tak sampai Rp 1 miliar" kata Chairul Aslam pada kesempatan yang sama.

Ari Astri Yunita

Askrindo targetkan penjaminan UMKM naik 66%

JAKARTA: PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) tahun ini menargetkan penjaminan kredit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebesar Rp20 triliun meningkat 66% dibandingkan dengan penjaminan tahun lalu.

Dirut Askrindo Chairul Bahri mengatakan pe-ningkatan penjaminan itu karena perusahaan mendapatkan suntikan dana sebesar Rp850 miliar dari pemerintah pada pengujung tahun lalu.

"Kami optimistis target tahun ini bisa naik Rp20 triliun karena ada suntikan dana dari pemerintah," katanya di Jakarta se usai penandatanganan kerja sama penjaminan kredit UMKM dengan Bank Niaga, kemarin.

Dia menjelaskan suntikan dana pemerintah bisa digunakan sebagai penjaminan bergulir yang mencapai sepuluh kali lipat atau kredit produktif dari perbankan sebesar Rp8,5 triliun dan bisa menyerap 1,6 juta tenaga kerja.

Menurut dia, suntikan dana pemerintah ditambah dengan modal yang ada di Askrindo total equity mencapai Rp1,4 triliun. "Sehingga bisa menjamin sekitar Rp20 triliun kredit produktif."

Pemerintah menyepakati untuk memberikan tambahan modal pada PT Askrindo sebesar Rp850 miliar dan PT Sarana Pengembangan Usaha (SPU) Rp600 miliar untuk masa tiga tahun. Pemerintah menetapkan gearing ratio atau rasio modal terhadap risiko penjaminan sebesar 10 kali lipat.

Target KUR

Chairul menyampaikan semenjak program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dijalankan pada November-Desember 2007 penjaminan yang diluncurkan mencapai Rp1,5 triliun dan diprediksi tahun ini mencapai Rp4,5 triliun. "Kalau sama SPU, maka penjaminan bisa mencapai Rp14,5 triliun."

Menurut dia, KUR itu diberikan untuk kredit modal kerja dan investasi. Rencananya Askrindo akan melakukan penjaminan pemba-ngunan infrastruktur melalui reasuransi.

Penjaminan kredit mikro yang diberikan Askrindo saat ini maksimal Rp500 juta. Recananya perusahaan akan mulai memberikan kredit untuk kategori pengusaha menengah, yakni dikisaran Rp30-Rp50 miliar dengan porsi 10% dari total rencana penjaminan tahun ini.

Guna menunjang kinerja perusahaan, ujarnya, tahun ini rencananya akan menambah kantor perwakilan atau pemasaran menjadi 5-10 unit di seluruh Indonesia. Saat ini Askrindo memiliki delapan cabang, 13 kantor pemasaran, dan tiga kantor perwakilan.

Dalam kesempatan itu, Askrindo bersama dengan Bank Niaga menandatangani MoU program penjaminan kredit UMKM.

Vice President Small Medium Enterprises 1 Area Manager Bank Niaga Chairul Aslam menargetkan 50% dari total target penyaluran kredit UMKM atau sekitar Rp1,5 triliun akan ikut dalam program penjaminan Askrindo.

Menurut dia, tahun lalu kredit sektor UMKM, tidak termasuk menengah, yang ikut program penjaminan sekitar Rp360 miliar atau 10% dari total kredit mikro kecil Niaga Rp 3,6 triliun.

Dari total nilai tersebut, jumlah yang diklaim ke Askrindo tidak mencapai Rp1 miliar. "Tahun 2007, hanya dua debitor yang akhirnya kami ajukan klaim ke Askrindo. Nilainya tidak sampai Rp1 miliar," ujar Aslam. (11) (redaksi@bisnis.co.id)

Bisnis Indonesia

Pemerintah cari skema baru KUR

JAKARTA: Kementerian Koperasi dan UKM mencari skema baru penyaluran kredit usaha rakyat (KUR) untuk memperluas jangkauan dana tersebut, menyusul penurunan plafon pinjaman menjadi Rp20 juta per debitor.

Pola awal dengan pagu kredit Rp500 juta per debitor dianggap belum berpihak kepada usaha mikro kecil. Karena itu dinilai perlu mencari skema baru agar usaha mikro kecil bisa memanfaatkan KUR.

Deputi Bidang Restrukturisasi dan Pengembangan Usaha Kemenkop dan UKM Choirul Djahhari menyadari skema baru yang ditawarkan kepada perbankan penyalur KUR, berdampak pada peningkatan biaya dan suku bunga.

“Karena itulah harus dicari skema baru. Perbankan jangan terlalu berat menanggung beban dari skema itu, dan pihak usaha mikro kecil juga tidak berat menanggung bunga tinggi,” papar Choirul, kemarin.

Sebelumnya Mennegkop dan UKM Suryadharma Ali sudah membuka peluang kepada lembaga keuangan mikro sebagai mitra penyalur KUR, karena memiliki jaringan hingga kecamatan dan perdesaan.

Menurut Choirul, untuk mengurangi beban operasional, calon penerima sebaiknya mengelompok 20 orang [pelaku usaha]. Skema ini dinilainya bisa mengurangi biaya karena dana disalurkan lewat satu kelompok atau rekening.

Skema kedua yang ditawarkan adalah anjak piutang. Pelaku usaha bisa mengakses dana kepada pihak ketiga sebagai penjamin yang memiliki dana tunai. Setelah mendapat dana KUR, dana pihak ketiga dikembalikan dengan nilai kompensasi tertentu.

“Kedua skema ini sedang kami olah, apakah mungkin dipergunakan untuk penyebaran jangkauan KUR. Yang pasti, pihak penyalur dan perusahaan sara penjamin harus menyetujui rencana ini,” papar Choirul.

Kemenkop dan UKM juga akan mengeluarkan daftar lembaga keuangan mikro yang masih bersih dari catatan hitam, yang dinominasikan menjadi calon penyalur KUR.

Oleh Mulia Ginting Munthe
Bisnis Indonesia

KEK Diusulkan Kebal DNI

JAKARTA (SINDO) – Pemerintah mengusulkan agar Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) tidak tunduk terhadap Peraturan Presiden (Perpres) No 111/2007 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal (Daftar Negatif Investasi/ DNI). Usulan terdapat dalam draf RUU tentang KEK yang akan diajukan ke DPR.

"Ini usulan, namanya juga usulan. Tetapi tidak untuk semua barang, untuk barang-barang tertentu," kata Deputy Menko Perekonomian Bidang Perdagangan dan Industri Edi Putra Irawady di Jakarta kemarin. Irawady tidak menjelaskan lebih lanjut jenis bidang usaha apa yang boleh diproduksi di KEK, tetapi tidak boleh dalam RUU tersebut. Dia mengatakan, draf RUU akan selesai pekan ini, dan segera disampaikan ke DPR.

Di sisi lain, Irawady mengatakan bahwa pemerintah mengusulkan setiap daerah yang ingin mengajukan wilayahnya menjadi KEK harus ada syarat minimum jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). "Mengenai berapa persentase jumlah UMKM-nya itu belum ditetapkan, yang kita usulkan pokoknya di setiap KEK ada UMKM-nya, itu syaratnya yang harus ada," ujarnya. Dia mencontohkan kawasan industri di Jababeka yang sudah memiliki UMKM sehingga perusahaan di wilayah itu tidak mengandalkan komponen impor untuk peralatan pendukungnya. Selain itu, usulan tersebut dapat membantu pengembangan UMKM.

"UMKM itu kan bisa melakukan percetakan, moulding, dan sebagainya, itu kan bisa dilakukan dan harus orang kita," ujar Irawady. Selain itu, usulan lain yang akan diusung pemerintah menyangkut fasilitas pajak pertambahan nilai penyerahan dalam negeri. Hal itu untuk membatasi tingginya barang modal dari luar negeri ke kawasan KEK. "Kita ingin local resources, jangan impor lagi," imbuhnya.

Kapet

Bappenas mengusulkan agar Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu (Kapet) yang memiliki tingkat perkembangan maju, menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Pasalnya, Kapet dinilai lebih siap untuk diubah menjadi KEK dibandingkan harus mencari kawasan lain.

"Daripada kita menunggu usulan daerah mengajukan KEK, mendingan Kapet yang sudah ada kita lihat. Dia potensial untuk dikembangkan menjadi KEK," ujar Direktur Kawasan Khusus dan Daerah Tertinggal Bappenas Suprayoga Hadi di Jakarta kemarin. Menurut Suprayoga, Kapet setidaknya memiliki dua keunggulan. Pertama, intensitas perhatian pemerintah daerahnya yang cukup tinggi melalui pendanaan APBD.

Kedua, penentuan lokasi Kapet juga sudah berdasarkan keunggulan potensi ekonomi dan tata ruang yang sesuai sebagai kawasan ekonomi andalan. Dia menjelaskan, setidaknya dari 13 lokasi yang telah ditunjuk sebagai Kapet, ada dua yang sudah cukup maju dibandingkan Kapet lainnya, yaitu Bitung dan Sasamba (Sanggau, Samarinda, Balikpapan). Menurut dia, kedua Kapet ini berkembang karena cukup banyak mendapat perhatian pemda masing-masing melalui alokasi anggaran APBD.

"Sementara kalau Kapet- Kapet yang hanya menunggu kucuran dana Rp1–2 miliar dari pusat melalui PU (Departemen Pekerjaan Umum), perkembangannya tidak signifikan," kata dia. Terkait Kapet lain yang tidak menunjukkan kemajuan, jelas Suprayoga, pemerintah tidak bisa begitu saja menghapuskan statusnya sebagai Kapet. Sebab, penentuan Kapet sudah melalui pertimbangan matang pemerintah sebagai kawasan andalan yang diharapkan mampu memberikan efek positif ekonomi bagi masyarakat. (m ma'ruf/zaenal m)

Penjaminan KUR Capai Rp1,5 Triliun

JAKARTA (SINDO) — Realisasi penjaminan untuk kredit usaha rakyat (KUR) yang dilakukan PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) mencapai Rp1,5 triliun per Desember 2007.

"Per Desember 2007, penjaminan Askrindo sebesar Rp12 triliun atau naik 5% dibandingkan tahun 2006. Sementara tahun 2008 ditargetkan mencapai Rp20 triliun. Saya optimistis target tercapai karena ada program KUR," ujar Direktur Utama Askrindo Chairul Bachri saat penandatanganan kerja sama penjaminan dengan Bank Niaga di Jakarta kemarin.

Menurut dia, para pengusaha UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merespons positif program penjaminan melalui KUR. Sepanjang November hingga Desember penjaminan yang diluncurkan mencapai Rp1,5 triliun dan diprediksi mencapai Rp4,5 triliun. Namun, jika penjaminan dilakukan bersama Perum Sarana Pengembangan Usaha (SPU), nilai penjaminan bisa Rp14,5 triliun. "KUR diberikan untuk (kredit) modal kerja maupun investasi. Kalau infrastruktur belum dilakukan karena modal yang dimiliki masih kecil," jelas dia.

Dia menuturkan, saat ini modal perseroan mencapai Rp1,4 triliun. Untuk meningkatkan penjaminan di masa depan, perseroan akan menambah jumlah kantor perwakilan maupun pemasaran menjadi 5–10 unit di seluruh Indonesia. Saat ini perseroan memiliki 8 kantor cabang, 13 unit kantor pemasaran, dan 3 unit kantor perwakilan.

Pada kesempatan tersebut, Corporate & Business Banking Director Bank Niaga Catherine Hadiman mengatakan, penandatanganan kerja sama kemarin merupakan pembaruan beberapa skema kerja sama sebelumnya. "Niaga dan Askrindo telah melakukan kerja sama sejak 1990," imbuhnya. Catherine menjelaskan, penjaminan kredit yang diberikan Askrindo adalah kredit modal kerja, baik untuk kredit usaha kecil menengah (UKM) maupun umum, asuransi kredit perdagangan serta penjaminan kontra garansi bank.

"Pada sektor unit mikro kecil, tidak termasuk menengah, total kredit yang ikut program penjaminan mencapai Rp360 miliar atau sekitar 10% dari total kredit mikro kecil Niaga yang sebesar Rp 3,6 triliun," jelasnya. Dari total nilai tersebut, lanjut Catherine, jumlah yang diklaim ke Askrindo tidak mencapai Rp1 miliar. Pada 2007, hanya ada dua debitor yang mengajukan klaim kepada Askrindo. Sementara pada 2008, perseroan menargetkan 50% dari total target penyaluran kredit kecil mikro untuk ikut dalam program penjaminan dengan Askrindo.

Chatherine menuturkan, dalam beberapa tahun terakhir, perseroan kembali aktif dalam menyalurkan kredit ke sektor riil. Pemberian kredit lebih banyak kepada BPR, koperasi maupun usaha dengan pola inti plasma. "Penggunaan asuransi kredit untuk menutup risiko kredit bagi Niaga dan bersifat credit enhancement. Namun, faktor kelayakan usaha di dalam evaluasi kredit tetap diperhatikan dengan saksama," tandasnya. (tomi sujatmiko)

BUMN dan Korporat Jakarta | Selasa, 12 Feb 2008

KUR Terserap Rp1,225 Triliun

by : Luther Sembiring

Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang terserap mencapai Rp1,225 triliun hingga akhir Januari 2008 dengan total debitor sebanyak 17.809 unit usaha. Program ini diperkenalkan pemerintah pada 5 November 2007.

Deputi Bidang Pengembangan Usaha dan Restrukturisasi Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), Choirul Djahhari, mengatakan hal itu, Senin (11/2).

Penyaluran plafon kredit bervariasi dengan pertimbangan penyaluran pada segmen spesialisasi seperti BTN untuk kredit perumahan. Plafon kredit, katanya, tidak mungkin dibuat pada kisaran Rp5 juta.

Data Kemenkop dan UKM menyebutkan penyaluran plafon KUR kisaran Rp3 juta-Rp500 juta per unit. BNI tercatat menyalurkan kredit Rp218,1 miliar untuk 3.233 debitor dengan plafon minimal Rp50 juta. Kredit yang disalurkan BRI senilai Rp351,1 miliar untuk 2.666 debitor dengan minimal plafon senilai Rp3 juta. Rata-rata kredit yang disalurkan terhadap 17.809 debitor mencapai Rp68 juta.

Bank Mandiri menyalurkan kredit sebanyak Rp542,4 miliar kepada 11.290 debitor dengan plafon kredit minimal sebesar Rp12,5 juta. BTN menyalurkan kredit Rp7 miliar kepada 40 debitor dengan plafon minimal Rp5 juta. Kredit yang disalurkan Bukopin sebesar Rp77,5 miliar kepada 173 debitor dengan plafon minimal Rp70 juta. Bank Syariah Mandiri menyalurkan kredit sebesar Rp29,1 miliar untuk 407 miliar dengan plafon kredit Rp15 juta.

Djahhari mengatakan penyaluran KUR mempertimbangkan kendala yang dihadapi perbankan di lapangan. Pihaknya, berkonsentrasi terhadap parameter baku antara lain, suku bunga dan imbal jasa. "Kami tidak menekan agar kredit yang disalurkan rendah, tapi melihat problem kenapa kredit tidak tersalur," katanya.

Kemenkop dan UKM, katanya, tengah menyusun skim pendanaan alternatif guna mengimbangi penyaluran KUR antara lain melibatkan organisasi massa (ormas) seperti Nhadathul Ulama dan Muhammadiyah. Dua ormas itu mengusulkan plafon kredit diperkecil.

Skim pendanaan alternatif, katanya, mempertimbangkan jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK) yang terlayani dengan plafon di bawah Rp10 juta. "Kami akan ciptakan skim khusus."

Menurut dia, satu skim pendanaan untuk semua UMKM kurang tepat karena keberagaman jenis usaha dan kemampuan pembayaran UMKM.

Sebelumnya, Menteri Negara Koperasi dan UKM Suryadharma Ali, mengatakan plafon kredit UMK akan diperkecil guna memperluas penyaluran KUR.

Tim Kanada bimbing perajin Pulutan

MANADO: Perajin keramik Desa Pulutan, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa, mendapat bimbingan tim ahli dari Kanada untuk menghasilkan produk kerajinan keramik berkualitas tinggi.

"Kualitas sudah baik, Kanada memesan 350 gelas keramik jenis White Reynold," kata General Manager Unit Pengolahan Teknis (UPT) Kerajinan Keramik Pulutan Jopi Ngeloh, Senin.

Kerja sama dengan Kanada sudah berjalan dua tahun. Puluhan perajin yang dapat bimbingan teknis mampu menghasilkan keramik berstandar internasional.

"Kami mampu menghasilkan bentuk kerajinan sesuai keinginan pembeli," kata Vivi Rumengan, yang mengaku sejak kecil menggeluti usaha kerajinan keramik. (Antara)

UMKM Makin Dibidik Bank Syariah

Kamis, 14 Februari 2008 | 12:33 WIB

Bandung, KompaS - Perbankan syariah tidak mau tertinggal oleh bank konvensional yang kini kian rajin menyalurkan dananya untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM. Berbagai kemudahan ditawarkan, antara lain dengan syarat yang diperingan dan waktu pemrosesan pengajuan pembiayaan yang dipersingkat.

Menurut General Manager BNI Syariah Ismi Kushartanto, Selasa (12/2) malam, dari target penyaluran pembiayaan sebesar Rp 1,8 triliun, BNI Syariah mengalokasikan Rp 300 miliar dananya untuk UMKM. Penyaluran itu dilakukan melalui produk BNI Wira Usaha Syariah dengan plafon pembiayaan maksimal Rp 500 juta.

"Produk itu sengaja disiapkan bagi pelaku UMKM yang baru. Kelebihanannya adalah kecepatan keputusan pengajuan hanya dalam waktu empat hari. Hal ini tentunya sangat berharga bagi pengusaha baru," ujar Ismi se usai membuka kantor cabang BNI Syariah di Bandung.

Minat itu juga ditunjukkan Bank Danamon Syariah yang mengalokasikan 80 persen dananya untuk sektor UMKM. Setidaknya, kata Pimpinan Wilayah Bank Danamon Jabar Purnomo B Soetadi, target pembiayaan Danamon Syariah yang didominasi untuk UMKM itu berkisar Rp 75 miliar.

Mengenai sektor usaha yang dibiayai, umumnya perbankan syariah tidak membatasi. Danamon Syariah, misalnya, masih tertarik membiayai sektor usaha tekstil dan produk tekstil dan tidak menutup sektor usaha lainnya. Sementara BNI Syariah mengakui, sektor perdagangan masih menjanjikan untuk dibiayai.

Sayangnya, kata Manajer Komunikasi Eksternal BNI Zulnasri, pada saat ataupun setelah mendapatkan modal kerja dari bank, masih banyak pelaku UMKM yang belum mendapatkan bimbingan. Sebab, sebagian besar dari pengusaha tersebut belum memahami sistem pembukuan dan manajerial menjalankan usaha.

Perekonomian

Pengamat ekonomi dari Universitas Padjadjaran, Ina Primiana, mengakui, pelaku UMKM tidak hanya cukup diberi kredit. Pendampingan dalam hal manajemen aset yang meliputi pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan perlu diberikan secara rutin.

"Pendampingan seperti itu sebenarnya merupakan tanggung jawab moral bank yang memberi kredit," ujar Ina. Selain membantu para pengusaha, pendampingan ini dapat mencegah kredit macet karena bank dapat menilai kesiapan pelaku usaha. (A04/THT)

Usaha Kecil Kekurangan Bahan Baku

Kamis, 14 Februari 2008 | 02:05 WIB

Palembang, Kompas - Kelangkaan ikan laut yang terjadi selama hampir tiga pekan terakhir mulai mengganggu aktivitas pengusaha makanan tradisional yang berbasis ikan. Bahkan, sebagian pengusaha kecil menengah sudah menghentikan proses produksi untuk sementara waktu karena kekurangan bahan baku.

Menurut Abdul Shobur, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan, Selasa (12/2) di Palembang, industri pengolahan dan pembuatan makanan tradisional yang menggunakan bahan baku ikan laut, antara lain pempek dan kerupuk ikan.

Di wilayah Palembang dan sekitarnya, kata Abdul, setidaknya terdapat lebih dari 200 pengusaha kecil menengah yang bergerak di bidang pembuatan makanan tradisional tersebut. Jumlah tersebut belum ditambah dengan keberadaan pengusaha atau industri bidang yang sama.

"Dengan demikian, ikan laut dan sungai menjadi komoditas penting bagi pengusaha makanan tradisional karena selalu dibutuhkan untuk bahan baku. Kelangkaan ikan yang terjadi saat ini jelas mengancam keberlangsungan usaha mereka," kata Abdul.

Tiga pekan

Dari penuturan pedagang di sejumlah pasar tradisional Kota Palembang, kelangkaan ikan laut ini sudah terjadi selama hampir tiga pekan atau sejak awal Januari 2008. Menurut Wandu (45), pedagang di Pasar Cinde, Palembang, pasokan ikan laut yang diterimanya dari pengepul tidak pernah stabil sejak bulan Januari lalu.

"Kalaupun memang stok ikan laut masih dijumpai di pasar tradisional, jumlahnya pasti sangat terbatas dan harganya mahal," kata Wandu.

Informasi yang diperoleh dari pedagang, harga ikan laut di pasaran memang mahal. Harga ikan kakap merah naik dari Rp 30.000 menjadi Rp 35.000 per kilogram, ikan bawal naik dari Rp 10.000 menjadi Rp 12.500 per kilogram, dan ikan teripang harganya naik menjadi Rp 35.000 dari Rp 30.000 per kilogram.

Chafifah, pedagang lainnya, mengatakan, berkurangnya stok ikan laut di tingkat pedagang karena pasokan dari pengepul juga turun.

Menurut Ahmad Hasnan (38), penjual pempek, biasanya setiap hari dia bisa membuat pempek hingga 50 buah. Namun sejak ikan laut sulit dicari, dia mengurangi produksi.

Ahmad mengaku lebih banyak menggunakan ikan sungai sebagai bahan baku. Namun, kualitas pempek yang dihasilkan berbeda karena ikan laut lebih enak dibanding ikan sungai. (ONI)

Ekonomi Mikro/Sektor Riil Jakarta | Senin, 18 Feb 2008

Daerah Diminta Bantu Pemberdayaan UKM

by : Luther Sembiring

PEMERINTAH daerah diminta membantu pemberdayaan ekonomi lokal dengan membangun fasilitas pasar bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). "Pimpinan daerah harus membantu daerahnya berkembang melalui pemberdayaan UMKM," kata Menteri Negara Koperasi dan UKM Suryadharma Ali, dalam keterangan pers kepada wartawan, Sabtu pekan lalu.

Dia mengungkapkan saat meresmikan pemakaian Plaza Anugerah di Padang Sidempuan, Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. Kapasitas tampung plaza sekitar 1.3000 pedagang pasar tradisional dan 300 kios pedagang skala menengah. Pusat pasar di kota itu didirikan di atas lahan satu hektare dengan investasi sekitar Rp50 miliar.

Dalam rilis yang diterima Jurnal Nasional, dia mengatakan perkembangan pelaku UMK selama ini terkendala akses pasar dan pangsa pasar produk. Nilai tambah produk UMK dinilai bergantung pada dua faktor ini.

Setiap produk, katanya, perlu diperkenalkan melalui promosi dan lokasi usaha yang mudah dijangkau pembeli. Pembangunan lokasi usaha bagi UMK bernuansa mewah, menjadi jawaban atas salah satu kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil menengah selama ini.

Menurut dia, kemampuan pemerintah memfasilitasi UMKM melalui pasar sering terhambat karena ada skala prioritas. "Kemenkop UKM turut mendampingi pemerintah daerah yang membangun fasilitas pasar."

Komisaris PT Anugerah Tetap Cemerlang, Musa Iwansyah, mengatakan, seluruh unit kios diperuntukkan bagi pasar tradisional dan didominasi pelaku UMKM. "Pada awalnya mereka pedagang yang dibina pemda dan swasta. Mereka ternyata bisa mandiri dengan membeli dan menyewa unit-unit kios di lokasi plaza ini," ujarnya.

Dominasi kios pasar tradisional menunjukkan komitmen pada UMKM dalam pemberdayaan dan pembangunan ekonomi lokal. "Konsep pembangunan plaza ini memang didasari untuk bisnis UMKM." Luther

Bisnis Usaha Kecil UKM Terimpit Kenaikan Harga

Senin, 18 Februari 2008 | 01:34 WIB

Jakarta, Kompas - Usaha kecil dan menengah atau UKM sebagai ujung tombak perekonomian makin terimpit oleh kenaikan harga berbagai kebutuhan mulai dari bahan baku hingga bahan bakar, seperti minyak tanah, sebagai pendukung usaha.

Pengusaha roti hamburger, Made Ngurah Bagiana, di Jakarta, Minggu (17/2), mengatakan, kenaikan harga terus-menerus terjadi tanpa bisa dibendung.

Tahun 2005, UKM sudah dihadang kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), dan kini harga bahan baku, seperti tepung terigu, terus naik.

Made mengatakan, UKM memang harus bertahan karena begitu bangkrut, puluhan orang akan kehilangan pekerjaan. Karena itu, UKM harus pintar-pintar menyiasati kondisi yang semakin sulit ini.

"Ukuran roti, misalnya. Sudah beberapa bulan ini ukuran roti agak diperkecil dan harga terpaksa dinaikkan sedikit. Karena ukuran diperkecil, kuantitas menjadi lebih banyak. Dari sinilah usaha ini bisa dipertahankan," ujar Made, pemilik usaha franchise Edam Burger.

Setiap hari dia menggunakan 50-60 karung terigu untuk memproduksi sekitar 70.000 potong roti hamburger.

Beberapa bulan lalu, jumlah produksi masih sekitar 50.000 roti karena ukuran rotinya lebih besar dari ukuran sekarang. Harganya pun dinaikkan dari Rp 500 menjadi Rp 700 per potong.

Sementara itu, bahan bakar minyak tanah untuk memanggang roti mulai dialihkan dengan solar. Jika tidak dialihkan, Made mengaku sulit mempertahankan 90 karyawannya.

"Pemerintah seharusnya lebih gencar mengadakan pembinaan di lapangan untuk mengetahui kesulitan dan mencari peluang untuk pelaku usaha. Jangan hanya bolak-balik mengamankan APBN, tetapi melupakan sektor riil," ujar Made.

Wulan Utoyo, perajin batik Pekalongan, secara terpisah menuturkan, kesulitan yang paling dirasakan perajin batik adalah penyediaan minyak tanah untuk proses canting.

Kompur-kompur kecil untuk melelehkan lilin batik masih menggunakan minyak tanah. "Belum pernah ada perajin batik di Pekalongan yang beralih ke kompor gas," kata Wulan.

Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah Departemen Perindustrian Fauzi Azis mengatakan, harga komoditas pada umumnya terbentuk oleh faktor suplai dan permintaan. Suplai dalam jumlah yang cukup, baik kuantitas maupun kuantitas disertai dengan distribusi yang lancar, akan membuat harga relatif tak akan bergejolak.

"Dengan catatan, persaingan pasar berlangsung secara sehat. Namun bila keadaan sebaliknya, terjadi persaingan pasar yang tidak sehat dan ada indikasi monopoli atau oligopoli hingga tercipta kartel, maka situasi ini harus disejahtakan melalui intervensi pemerintah," ujar Fauzi. (OSA)

Jabedetabog jakarta | Kamis, 21 Feb 2008

Hentikan Pemberian Izin Pendirian Pasar Modern

by : Dionisius Bambang Arinto

Hentikan Pemberian Izin Pendirian Pasar Modern

Sejumlah anggota DPRD DKI Jakarta mendesak kepada Gubernur Fauzi Bowo untuk tidak lagi mengeluarkan izin pendirian pasar modern yang dikelola oleh swasta terutama yang berdekatan dengan pasar tradisional. Lebih baik, Pemprov DKI Jakarta serius mengelola pasar tradisional yang selama ini ditelantarkan.

“Contoh kongkret Pasar Matraman Pojok yang berlokasi di sudut Jalan Salemba dan Jalan Pramuka. Lokasinya sangat strategis, namun ternyata tidak dikelola dengan baik,” kata Marthin Oktavianus Makatita, anggota Fraksi Partai Golkar DPRD DKI Jakarta, kemarin.

Menurut catatan PD Pasar Jaya, terdapat 151 pasar tradisional yang masih beroperasi di lima wilayah Jakarta. Hanya saja, sebagian besar di antaranya tidak dikelola dengan baik. Terlebih, lokasi-lokasi pasar tradisional itu tidak jauh dari pasar modern atau pusat perbelanjaan lain yang dikelola oleh swasta.

“Agar mampu bersaing dengan 1.692 gerai dan pasar modern yang dikelola swasta, kami minta Gubernur Fauzi Bowo untuk tidak lagi memberikan izin terhadap pendirian pasar modern yang dikelola oleh swasta. Apalagi mereka berdekatan dengan pasar tradisional atau pertokoan yang dikelola koperasi,” kata Marthin.

Dirut PD Pasar Jaya, Uthan Sitorus mengatakan, sebanyak 55 pasar tradisional yang dikelola PD Pasar Jaya direnovasi dan diremajakan untuk meningkatkan daya saing, keamanan dan kenyamanan. Pada tahun 2007-2008, PD Pasar Jaya mempunyai program rencana peremajaan pasar rakyat dengan konsep bangunan berbentuk hanggar. Pertimbangannya, biaya pembangunan lebih murah, perawatan mudah, sirkulasi udara dan penerangan lebih baik. “Sebab, dari lantai ke plafon jaraknya mencapai lima hingga enam meter,” ujarnya.

Selain 55 pasar tersebut, kata Uthan, terdapat delapan pasar yang direvitalisasi. Di antaranya Pasar Kebayoran Lama, Pasar Tomang Barat, Pasar Jatinegara, Pasar Tanah Abang Blok F, Pasar Asem Reges, Pasar Cempaka Putih, Pasar Anyar Bahari dan Pasar Sunan Giri. Dion B Arinto

Pasar Tradisional Terancam Punah

Jumlah pasar modern saat ini sudah sangat keterlaluan.

JAKARTA -- Pasar tradisional di Jakarta terancam punah seiring maraknya pembangunan pasar modern. Bahkan, dalam catatan Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) DKI Jakarta, terdapat delapan pasar yang mati dan beralihfungsi akibat ditinggalkan pembeli.

Ketua DPW APPSI DKI, Hasan Basri, mengatakan delapan pasar yang mati itu tersebar di wilayah Jakarta. Yaitu, Pasar Blora, Pasar Cipinang Baru, Pasar Kramat Jaya, Pasar Cilincing, Pasar Muncang, Pasar Prumpung Tengah, Pasar Sinar Utara, Pasar Karet Pendurenan. "Pasar-pasar tersebut ditinggalkan pembelinya akibat maraknya pasar modern di Jakarta," bebernya, kemarin (20/2). Ditambahkan, pasar tradisional yang masih bertahan di Jakarta saat ini berjumlah 151 unit. Namun, umumnya mengalami penurunan pembeli hingga 40 persen.

Catatan APPSI menyebutkan, terdapat 51 pasar tradisional yang berdekatan dengan pasar modern. Namun, yang berdekatan dengan hipermarket ada 45 unit. Dia mencontohkan, Pasar Mede dan Pasar Pondok Pinang, Pondok Indah berdekatan dengan Carrefour dan Giant Lebak Bulus.

Di Cempaka Mas, tambah Basri, Carrefour berdekatan dengan Pasar Cempaka Putih, Pasar Gembrong dan Pasar Sumur Batu. "Rata-rata radius kedekatan kurang dari 2,5 km," ujarnya. Hal itu, lanjutnya, melanggar Perda No 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta. Perda itu mengamanatkan pembangunan pasar modern dengan pasar tradisional dengan jarak radius minimal 2,5 km.

Jumlah pasar modern saat ini sudah sangat keterlaluan. "Ini sama saja pembantaian terhadap pasar tradisional," ujar Ketua Dewan Koperasi Indonesia, Adi Sasono. Menurut dia, regulasi yang lama harus segera ditinjau ulang dan membuat aturan baru yang ketat. Pemerintah juga, tambahnya, harus segera mendorong untuk menciptakan pasar tradisional yang tidak kumuh.

Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian DKI, saat ini terdapat 69 pusat perbelanjaan di Jakarta. Terdiri dari Jakarta Barat ada 12 unit, Jakarta Pusat 23 unit, Jakarta Selatan 15 unit, Jakarta Utara 11 unit, dan Jakarta Timur delapan unit.

Untuk hipermarket di DKI ada 10 unit. Rinciannya, Jakarta Pusat empat unit, Jakarta Utara dua unit, Jakarta Selatan tiga unit, Jakarta Barat satu unit. Sedangkan, untuk swalayan, ada 112 unit. Masing-masing Jakarta Pusat 11 unit, Jakarta Barat 32 unit, Jakarta Selatan 39 unit, Jakarta Timur 19 unit, dan Jakarta Utara 11 unit. Untuk minimarket, ada 147 unit. Jakarta Barat 58 unit, Jakarta Timur 32 unit, Jakarta Selatan 25 unit, Jakarta Pusat 23 unit, dan Jakarta Utara sembilan unit.

Sementara untuk pasar tradisional ada 151 unit. Jakarta Pusat 39 unit, Jakarta Timur 33 unit, Jakarta Selatan 28 unit, Jakarta Barat 27 unit dan Jakarta Utara 24 unit. Menanggapi kondisi ini, Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo, mengaku tidak mampu berbuat banyak. "Perizinannya (pasar modern) tidak ada di DKI. Tapi, ada di pusat," tegasnya. n c52

Fakta Angka

8 Unit

Jumlah pasar tradisional yang mati

()

BSM Jalin Kerja Sama di Sektor UMKM dan Pendidikan

GARUT -- Bank Syariah Mandiri memberikan perhatian besar pada dunia pendidikan dan usaha di Kabupaten Garut. Terbukti, pada Rabu (20/2) BSM melakukan kerja sama dengan Rumah Makan Cibiuk dan Pondok Pesantren Modern Daarul Arqam Muhamamdiyah Daerah Garut.

Bentuk kerja sama antara BSM dengan RM Cibiuk adalah pembiayaan usaha rumah makan itu. Menurut pemilik usaha, waralaba dan kerja sama operasional (KSO) RM Cibiuk, Iyus Ruslan, pembiayaan yang diberikan itu dimaksudkan untuk membantu keberlangsungan usaha yang dijalankannya sejak 1999.

"RM Cibiuk ini adalah cabang ke-41 yang dibuka di seluruh Indonesia," ujar Iyus saat melakukan soft opening RM Cibiuk di Jl Otista 321 Garut. Saat ini, kata dia, usahanya itu sudah berkembang di 22 kota yang tersebar di pulau Jawa dan Sumatera.

Berselang 1,5 jam dari acara di RM Cibiuk, BSM kemudian melakukan kerja sama dengan Ponpes Darul Arqam dalam bentuk co-branding. Kerja sama itu, menurut Kepala Divisi Dana Treasury Perbankan Internasional BSM, Tutuy Guntara, berupa pengelolaan dana milik santri ponpes tersebut. "Wujudnya adalah dengan menyediakan kartu pelajar multifungsi," ungkap dia kepada Republika.

Karena sifatnya multifungsi, kata Tutuy menjelaskan, kartu tersebut nantinya akan berfungsi sebagai kartu pelajar, kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri), kartu absensi sekolah dan kartu debit. Pembuatan kartu semacam itu, menurut Tutuy, tidak muncul begitu saja. Sebelumnya, lanjut dia, ada permintaan dari pihak ponpes untuk melakukan pengelolaan dana siswa.

"Akhirnya kami mengusulkan untuk dibuatkan kartu semacam itu. Mereka ternyata sangat antusias juga," kata Tutuy menandakan. Rencananya, kartu multifungsi tersebut akan mulai diberlakukan pada tahun ajaran baru 2008/2009. Karena masih bersifat percobaan, kata Tutuy, siswa yang akan mendapatkan fasilitas kartu itu adalah para santri baru. Selanjutnya, sambung dia, BSM akan segera memberikan kartu serupa kepada siswa yang sudah lama belajar.

Menurut Kepala Cabang Pembantu BSM Garut, Deni Cahyadi, kerja sama yang dilakukan dengan Ponpes Darul Arqam merupakan yang pertama di Garut. Sedangkan kerja sama dengan RM Cibiuk, sudah dilakukan sejak lama. "Karena RM Cibiuk termasuk UMKM dan BSM concern pada pengembangan UMKM," kata dia.

Saat ini, sambung Deni, BSM sudah menyalurkan dana untuk UMKM sebanyak Rp 26 miliar. Dana yang sudah disalurkan itu, kata dia, selalu bisa dikembalikan dengan mulus oleh para usahawan yang bergerak di sektor UMKM. Karena itu juga, menurut Deni, BSM Capem Garut saat ini termasuk lembaga perbankan yang sehat. Terbukti, kata dia, non performing financing (NPF, rasio pembiayaan bermasalah) BSM Capem Garut nol persen. mus

()

Jakarta | Sabtu, 23 Feb 2008

Tujuh Pasar Tradisional Bangkrut

by : Luther Sembiring

Sedikitnya tujuh pasar tradisional di Jakarta tutup dan tingkat hunian pasar tradisional lainnya merosot kisaran 40 persen-60 persen. Jumlah kios yang tutup mencapai 400 unit per tahun.

Ketua Asosiasi Pedagang Pasar Tradisional (APPT) Jakarta Hasan Basri, mengatakan tujuh pasar tradisional di Jakarta bangkrut. "Di samping tujuh pasar yang tutup, tingkat hunian pasar berkurang hingga 40 persen-60 persen," katanya kepada Jurnal Nasional, Jumat (22/2).

Tujuh pasar tradisional yang tutup antara lain, Pasar Blora, Karet Pedurenan, Cipinang Baru, Kramat Jaya, Cilincing, Muncang, dan Sinar Utara. Pasar tradisional ini masuk kategori pasar tradisional wilayah dan lingkungan. Kategori pasar ini paling banyak hadir di lingkungan permukiman warga.

Menurut Basri, pasar modern seperti Indomart dan Alfamart yang hadir dekat dengan lingkungan permukiman ikut andil terkait matinya pasar tradisional.

Dia mengatakan sedikitnya 400 unit kios tutup setiap tahun di pasar tradisional akibat kalah bersaing dengan pasar modern. Sejak kehadiran pasar modern pada dekade 1990-an, sedikitnya 10.000 unit kios pasar tradisional tutup.

Penghuni kios pada sejumlah pasar tradisional antara lain, Pasar Grogol, Serdang, Petojo Hilir, dan Mampang semakin berkurang. Kondisi ini berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Jumlah pasar tradisional di Jakarta mencapai 151 lokasi. Sejumlah pasar ini dibagi empat kategori antara lain, pasar regional, kota, wilayah, dan lingkungan. "Hampir 70 persen pasar tradisional wilayah dan lingkungan yang bulan-bulanan bersaing dengan pasar modern," kata Basri.

Ciri pasar regional, yakni perdagangan partai besar dengan harga grosir seperti, di Pasar Tanah Abang, Pasar Cipulir, dan Jatinegara. Ciri pasar kota, transaksi dagang lebih kecil dan lokasinya di sekitar kota kecamatan seperti, Pasar Cililitan dan Kramat Jati. Pasar wilayah dan lingkungan, berciri lebih kecil dan masih belum tertata.

Basri memperkirakan dalam hitungan tahun pasar tradisional akan lebih banyak yang bangkrut jika tidak dibenahi oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. "Pengelola pasar memang pintar tapi tak punya visi."

Menurut dia, pasar modern akan memanfaatkan kondisi pasar tradisional yang becek dan tidak terawat. Konsumen akan beralih ke pasar modern dibanding bertahan di pasar tradisional.

Mengacu pada riset AC Nielsen, katanya, pasar tradisional minus (-) delapan persen per tahun sedangkan pertumbuhan pasar modern 31,48 persen per tahun. "Pasar tradisional itu sekarang hanya jadi tempat nongkrong saja sekarang karena banyak yang nganggur," kata Basri. Luther Kembaren

Ekonomi | Jakarta | Minggu, 24 Feb 2008 17:00:18 WIB

Tahun Ini Bank Usaha Mikro Terealisasi

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah akan merealisasikan berdirinya Bank Usaha Mikro dan Kecil (BUMK) pada 2008. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang kurang berjalan baik di lapangan. Selama tahun 2007 penyaluran kredit bank-bank Badan Usaha Milik Negara kepada pengusaha mikro kecil hanya 15 persen.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Suryadharma Ali, mengatakan saat ini proses pembicaraan dengan berbagai departemen dan Bank Indonesia mengenai BUMK telah menghasilkan sebuah wacana positif. "Yang kami butuhkan sekarang adalah payung hukum agar bank ini dapat berjalan pada 2008. Ini sebuah langkah untuk mengembangkan usaha mikro yang saat ini menguasai 90 persen dari UKM kita," kata Suryadharma kepada Jurnal Nasional setelah acara Orientasi Kebijakan Kementerian Negara Koperasi dan UKM bagi Wartawan, Sabtu (23/2).

Menurut dia, BUMK diperuntukkan bagi pengusaha mikro yang selama ini kurang terlayani dengan baik kreditnya oleh bank-bank yang ada. BUMK juga difungsikan guna memperluas pelayanan permodalan terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah terpencil. Selama ini perbankan nasional belum dapat menyentuh permodalan UMKM di daerah terpencil karena keterbatasan jaringan usaha.

Untuk mewujudkan BUMK, Kementerian Koperasi dan UKM telah bekerja sama dengan Badan Pusat Penelitian Kebanksentralan dalam menyosialisasikan rencana tersebut kepada departemen terkait. Misalnya departemen perindustrian, departemen perdagangan, departemen kelautan dan departemen pertanian.

Sisca Maria Eviline

51% UMKM di Malang tidak punya jaminan fisik

MALANG: Sekitar 51,05% pengusaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah KBI Malang yang membutuhkan modal tidak memiliki agunan fisik berlegalitas tinggi.

Ridho Hakim, Pemimpin Kantor Bank Indonesia (KBI) Malang, mengatakan, kondisi inilah yang menjadi hambatan teknis akses pengusaha mikro kecil untuk memperoleh kredit.

Hal itu didasarkan atas hasil penelitian tentang kondisi UMKM yang dilakukan KBI Malang pada 2006. Agunan fisik yang biasa dimiliki UMKM terbesar berupa sertifikat tanah, BPKB kendaraan bermotor, akta jual beli tanah, sertifikat petok D, dan sertifikat hak guna bangunan.

"Agunan fisik yang banyak dimiliki UMKM khususnya mikro kecil adalah tanah, tetapi masih kurang memiliki legalitas untuk menjadi agunan bank karena belum bersertifikat," ujar Ridho, akhir pekan lalu.

Berkaitan dengan masalah itulah, KBI Malang bekerja sama dengan Badan Pertanahan Nasional (BPN) menginisiasi program sertifikasi tanah dengan harga terjangkau, memiliki tingkat kepastian yang relatif tinggi, serta fleksibel dalam hal pendanaan biaya sertifikasi.

KBI Malang juga melibatkan Unit Pelaksana Teknis Satuan Tugas Daerah Konsultan Keuangan Mitra Bank (UPT Satgasda KKMB), dan Koperasi Swamitra KSU Mitra Sejahtera-Bank Bukopin.

Ridho menegaskan, sertifikat sebagai bukti kepemilikan tanah dan dapat dioptimalkan kegunaannya sebagai agunan kredit. Karena itu, program tersebut bertujuan memperkuat sistem penjaminan kredit bagi UMKM.

Program itu menjadi lebih bermakna bersamaan dengan dihentikannya program sertifikasi tanah oleh Menegkop. "Saya tidak menutup mata bahwa konsep prudential banking yang mengharuskan bank untuk menerima agunan tambahan guna menutupi setiap risiko kredit."

Ridho berharap, melalui program Asset Based Community Development akan tercipta sinergi antara institusi BPN, Pemda, perbankan, dan UPT Satgasda KKMB dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil menengah melalui sertifikasi tanah, pendampingan akses permodalan, serta pemasaran.

"Program seperti ini merupakan yang pertama di Indonesia yaitu proses sertifikasi tanah dikelola secara profesional tanpa bantuan subsidi dari pemerintah, dan mencoba mengatasi masalah UMKM melalui pendampingan akses permodalan serta pemasarannya."

BI, BPN, pemda, dan perbankan berkepentingan untuk ikut memberdayakan ekonomi masyarakat, lanjut dia, karena terciptanya aktivitas sektor riil akan sangat mendukung pada penyediaan barang dan jasa secara efektif. (k24)

Bisnis Indonesia

Jatim sediakan galeri UKM gratis

SURABAYA: Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah (Diskop & PKM) Jawa Timur mendirikan galeri produk unggulan bagi UMKM dari 38 kabupaten/kota.

Fasilitas galeri di lingkungan kantor Diskop & PKM Jatim di Surabaya itu dioperasikan mulai pekan lalu, di mana para UMKM yang menempatkan produknya tidak dikenakan biaya.

"Kami secara reguler memfasilitasi pengusaha kecil menengah dalam pameran di dalam maupun luar negeri. Kini secara permanen menyediakan tempat display produk unggulan dari seluruh kabupaten di Jatim berupa galeri," ujar Kepala Diskop & PKM Jatim Braman Setyo, pekan lalu.

Produk yang dipajang di galeri merupakan produk khas dari kabupaten/kota, seperti batik, ukir-ukiran kayu, logam cor, tenun, kerajinan kulit. (Bisnis/k22)

Pusat promosi produk UKM akan jadi hub regional

JAKARTA: Kementerian Koperasi dan UKM tahun ini kembali mengalokasikan dana perbantuan Rp13,5 miliar untuk membangun empat gedung pusat promosi di daerah, setelah dua fasilitas serupa rampung didirikan.

Untuk mengetahui lebih jauh tentang pusat promosi produk UKM, Bisnis mewawancarai Deputy Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Sri Ernawati. Berikut petikannya:

Seperti apa strategi pusat promosi UKM?

Pembangunan pusat promosi produk usaha kecil pembiayaannya dari Kementerian Koperasi dan UKM dengan sejumlah kriteria. Pertama, pihak daerah menyediakan lokasi yang layak untuk pusat promosi di kawasan regional. Di Makassar [Celebes Convention Center] untuk wilayah timur Indonesia bisa mewakili.

Sulut pun [Paradise Promotion Center] layak, karena kami harapkan bisa bersentuhan dengan negara tetangga, dan mereka diharapkan secara proaktif. Kalimantan Barat [Borneo Convention Center] juga akan menjadi pusat regional Borneo.

Kami juga harapkan menjadi pintu Indonesia untuk BIM-EAGA (Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia East Asian Growth Area). Lalu dalam data tatakelola, antarkota di Borneo itu akan disambungkan trans-Kalimantan, sehingga diharapkan Kalbar juga bisa melayani Kalimantan Tengah.

Sentra Bisnis KUKM (Senbik) di Bandung, Jabar tentu layak. Pertumbuhan daerah memang luar biasa, termasuk UKM-nya. Di bagian selatan Sumatra ada [Sriwijaya Convention Center] di Palembang.

Kedua, ada dorongan kuat dari pemda. Mereka itu melihat kebutuhan promosi daerahnya, ini disambut oleh pemerintah pusat. Kriterianya dari pemda ada usulan.

Bagaimana NTT, NTB, Bali dan Jatim?

Belum ada permintaan. Mungkin karena Bali sudah jadi pusat promosi yang kuat, mereka merasa tidak perlu. Pemdanya tidak mengusulkan.

Seberapa besar kebutuhan sarana fisik dibanding trading board virtual?

Seringkali, ketika ada kebutuhan secara virtual, pembeli susah menjangkau ke daerah asal produk. Oleh karena itu, pemerintah daerah menyediakan display-nya di situ.

Bila pembeli itu serius melihat secara fisik, mungkin bisa diajak ke sana. Dan, pusat promosi dikondisikan atau dikonstruksikan untuk menjawab keinginan para pembeli.

Display fisik masih perlu?

Ya, karena bagaimana pun virtual tidak 'bunyi' 100%. Kadang soal warna, di virtual tidak bisa exactly seperti yang dibayangkan, print out dengan komputer belum tentu sama persis dengan aslinya. Seperti begitu lah, termasuk detil kualitas, desain perlu melihat sendiri.

Apakah berbeda dengan hyperstore yang ritel?

Beda. Itu ritel, dan sebetulnya spesial marketnya sebagai alternatif Tanah Abang, tadinya. Tapi produknya juga macam-macam.

Gambaran operasionalnya seperti apa?

Mereka akan men-display produk daerah secara fokus dan kuat. Kalimantan akan men-display produk khasnya, meski tidak tertutup memajang juga produk dari luar daerah, tapi harus match.

Apakah seperti tempat pameran?

Hampir sama. Di sini ada tempat pameran reguler, permanent showcase, ada ritel, ada kantor virtual dan tempat pelatihan pemasaran dan konsultasi, hingga fasilitasi pembiayaan. Kalau ada launching produk bisa dilakukan di sini.

Apakah juga trading board?

Ya. Pusat promosi di daerah nanti akan menjadi semacam hub di tingkat regional.

Antardaerah bisa disambungkan, sehingga terbentuk jaringan bisnis. Begitu klik langsung bisa berhubungan dengan Jakarta, atau sebaliknya.

SPC kapan beroperasi?

SPC ini masih ada pembangunan gedung hingga Juli 2008. Kalau tinggal finishing kita bisa selenggarakan kegiatan kecil-kecilan dan undang tamu.

SPC sudah diresmikan, karena ada pembangunan convention center jadi tertunda operasionalnya. Setelah Juli dioperasikan lagi.

Awal 2009, ada grand launching, di lantai 4 bulan depan ada kegiatan training tentang e-commerce bagi UKM.

Pewawancara: Moh. Fatkhul Maskur

Ekonomi Makro Jakarta | Senin, 25 Feb 2008

Tahun Ini Bank Mikro Terwujud

by : Sisca Maria Eviline

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah akan merealisasikan berdirinya Bank Usaha Mikro dan Kecil (BUMK) pada 2008. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang kurang berjalan baik di lapangan. Selama tahun 2007 penyaluran kredit bank-bank Badan Usaha Milik Negara kepada pengusaha mikro kecil hanya 15 persen.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Suryadharma Ali, mengatakan saat ini proses pembicaraan dengan berbagai departemen dan Bank Indonesia tentang BUMK telah menghasilkan sebuah wacana positif. "Yang kami butuhkan sekarang adalah payung hukum agar bank ini dapat berjalan pada 2008. Ini sebuah langkah untuk mengembangkan usaha mikro yang saat ini menguasai 90 persen dari UKM kita," kata Suryadharma kepada Jurnal Nasional setelah acara Orientasi Kebijakan Kementerian Negara Koperasi dan UKM bagi Wartawan, Sabtu (23/2).

Menurut dia, BUMK diperuntukkan bagi pengusaha mikro yang selama ini kurang terlayani dengan baik kreditnya oleh bank-bank yang ada. BUMK juga difungsikan guna memperluas pelayanan permodalan terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah terpencil. Selama ini perbankan nasional belum dapat menyentuh permodalan UMKM di daerah terpencil karena keterbatasan jaringan usaha.

Untuk mewujudkan BUMK, Kementerian Koperasi dan UKM telah bekerja sama dengan Badan Pusat Penelitian Kebanksentralan dalam menyosialisasikan rencana tersebut kepada departemen terkait. Misalnya departemen perindustrian, departemen perdagangan, departemen kelautan dan departemen pertanian.

Suryadharma menjelaskan BUMK akan berbeda dengan konsep bank nasional yang ada selama ini. BUMK tidak akan memerlukan agunan. Kriteria utama bagi bank ini dalam menyalurkan kreditnya adalah kepastian usaha yang dijalankan nasabah dan penghasilan usahanya.

Dia mengatakan BUMK tidak hanya terbatas memberikan kredit kepada nasabahnya, namun juga akan memantau dan berusaha mengembangkan usaha nasabahnya, sehingga perkembangan usaha nasabah dapat tetap terpelihara.

Mengenai modal awal pendirian bank tersebut, Suryadharma menyatakan Departemen Pertanian setuju untuk memberikan modal sebesar Rp1 triliun dan Kementerian Koperasi dan UKM akan memberikan modal Rp450 miliar.

Analisis senior BNI Ryan Kiryanto menilai sah-sah saja bila pemerintah ingin merealisasikan BUMK tahun ini, kalau memang dirasa perlu dan dirasa akan tepat sasaran.

"Silakan saja kalau mau merealisasikan rencana itu, yang penting modal awal yang telah ditentukan BI sebesar Rp3 triliun dapat dipenuhi maka BUMK itu dapat jalan. Tidak ada yang dapat menghalangi termasuk BI, apabila semua syarat telah dipenuhi oleh mereka" ungkapnya.

Ryan mengingatkan, pemerintah jangan terjebak pada konsep Koperasi Unit Desa seperti dulu, dimana pada saat kredit telah diberikan tidak ada pemantauan dan akibatnya kredit macet di mana-mana.

Untuk itu, nantinya diperlukan risk management yang bapi untuk BUMK, karena bank ini hanya akan bergerak dalam bidang penyaluran kredit kepada usaha mikro dan kecil, yang dapat dipastikan risikonya lebih besar.

“Karena bank itu memiliki risiko yang sangat besar loh, apalagi ditunjang dengan biaya operasional yang cukup besar dan risiko kredit macet. Hal-hal itu yang harus dapat diantisipasi oleh negara agar nantinya tidak malah merugikan negara,” ujarnya.

Selain itu, kata Ryan, diperlukan pemantauan yang ketat terhadap penyaluran kredit dan pengusaha yang telah menerima kredit. Hal ini berguna agar pemerintah tahu ke mana saja kredit yang telah disalurkan, dan bagaimana perkembangan dari usaha yang telah disalurkan kredit selama ini.

Dia menyarankan pemerintah agar mematangkan perencanaannya terlebih dahulu, seperti mematangkan aspek modal, outlet, teknologi, sumber daya manusia yang kompeten, serta aspek logistiknya.

Porsi Kredit UMKM Menurun Perbankan Agresif Menyalurkan Kredit untuk Korporasi

Senin, 25 Februari 2008 | 01:23 WIB

Jakarta, Kompas - Porsi kredit usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM terhadap total kredit perbankan nasional terus menurun sepanjang tahun 2007. Fenomena ini terjadi karena tahun lalu perbankan lebih banyak menyalurkan kredit ke sektor korporasi yang berskala besar.

Kredit korporasi meliputi pembiayaan untuk proyek infrastruktur, energi, minyak, dan gas. Untuk itu pertumbuhan kredit UMKM harus dipercepat agar bisa menyaingi kredit korporasi.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) per akhir Desember 2007, posisi kredit UMKM secara nasional mencapai Rp 502,79 triliun atau 50,2 persen terhadap total kredit perbankan nasional yang sebesar Rp 1.000,02 triliun.

Porsi tersebut lebih kecil dibandingkan dengan akhir 2006 yang mencapai 52 persen. Kredit UMKM merupakan pinjaman dengan plafon di bawah Rp 5 miliar. Adapun pinjaman di atas Rp 5 miliar disebut kredit korporasi.

Kredit UMKM terdiri dari kredit menengah (pinjaman Rp 500 juta-Rp 5 miliar), kredit kecil (Rp 50 juta-Rp 500 juta), dan kredit mikro (di bawah Rp 50 juta).

Bank jauh dengan UMKM

Dalam setahun terakhir, kredit korporasi tumbuh lebih cepat mencapai 30,2 persen dibandingkan dengan kredit UMKM yang meningkat 22,5 persen.

Ekonom BRI, Djoko Retnadi, akhir pekan lalu mengatakan, tahun ini perbankan cukup agresif membiayai proyek-proyek berskala korporasi seperti jalan tol, pembangkit listrik, dan perkebunan.

"Bank semakin jauh dari kredit UMKM yang sifatnya produktif. Sebenarnya ada program pemerintah, yakni kredit untuk rakyat atau KUR, yang bisa mendorong kredit UMKM. Namun, ini perlu waktu karena baru enam bank yang boleh ikut KUR," kata Djoko.

Turunnya porsi kredit UMKM dalam setahun belakangan ini kontras dengan kondisi selama tahun 2002-2006. Selama periode ini, porsi kredit UMKM terus meningkat.

Hingga kini, sebenarnya penetrasi pembiayaan ke segmen UMKM tergolong rendah. Dari 45 juta pelaku UMKM di negeri ini, baru sekitar 15 juta yang mendapatkan pembiayaan dari bank.

BI dalam tiga tahun terakhir telah berupaya mendorong pertumbuhan kredit UMKM dengan melonggarkan aturan, seperti kriteria penilaian kolektibilitas kredit dan aktiva tertimbang menurut risiko (ATMR).

Tahun ini, BI merencanakan untuk menurunkan ATMR KUR menjadi 30 persen. Selain itu, BI juga mewajibkan bank melakukan pembinaan terhadap pelaku UMKM agar usaha mereka berkesinambungan dan tidak berhenti di tengah jalan.

Ekonom BNI, Ryan Kiryanto, menambahkan, dalam triwulan IV 2007 perbankan sangat agresif menyalurkan kredit korporasi. Inilah yang memicu meningkatnya porsi kredit korporasi.

Kredit infrastruktur dan energi memang menjadi program pemerintah. Kredit UMKM memiliki kelebihan dan kelemahan di mata kalangan bankir.

Kelemahannya, bank membutuhkan jaringan luas dan sumber daya manusia yang besar untuk menjangkau serta membina pelaku UMKM di pelosok daerah.

Kelebihannya, kredit jenis ini memiliki risiko rendah dan menjanjikan margin keuntungan yang besar. Memiliki risiko yang rendah karena penyaluran kreditnya terdistribusi ke banyak pihak.

Dirut Bank Mandiri Agus Martowardojo mengatakan, program kredit yang dijalankan perbankan dirasa belum efektif karena belum berhasil mengembangkan UMKM seperti yang diharapkan.

Ini terjadi karena permasalahan yang membelit UMKM sangat kompleks, mulai dari kualitas produk, manajemen, sampai pemasaran.

Deputi Gubernur BI Muliawan D Hadad menjelaskan, meskipun kredit UMKM naik namun pertumbuhan kredit korporasi juga cukup signifikan.

Tantangan untuk mendorong kredit UMKM, kata Muliawan, selain inovasi model bisnis adalah menggarap kredit mikro yang belum optimal. (FAJ)

UKM Mengarah kepada Industri Jasa

ANDREAS MARYOTO

Di tengah usaha-usaha kecil dan menengah atau UKM kita yang lebih banyak memproduksi barang, arah UKM dunia telah mengarah kepada sektor jasa. Perusahaan-perusahaan jasa yang tergolong UKM telah berkompetisi memasuki sektor jasa, mulai dari konsultasi, rekayasa, teknologi informasi, hingga desain produk.

Fenomena itu muncul dalam World SME Expo atau Pameran UKM Dunia yang berlangsung di Hongkong, pertengahan Desember 2007. UKM yang memproduksi barang hanya sebagian kecil. Sebagian besar adalah UKM yang bergerak di wilayah industri jasa. Bila saja ada UKM produsen barang, UKM ini sangat ditunjang dengan peran sektor jasa yang kuat seperti desain.

UKM yang hadir di pameran itu mulai dari mereka yang bergerak dalam jasa konsultasi rekayasa, produsen produk industri kreatif, hingga jasa akreditasi produk pertanian organik. Mereka lebih banyak menjual pemikiran dan ide dibandingkan dengan membawa produk-produk nyata.

Terkait dengan hal ini, sudah pasti sejumlah negara yang dikenal sebagai negara dengan kemampuan desain yang tinggi, seperti Italia, Jerman, dan Jepang, hadir dalam pameran.

Untuk itulah pameran kali ini digabung dengan Inno Design Tech Expo yang merupakan pameran inovasi desain terbesar di Hongkong. Keduanya saling menunjang karena inovasi desain merupakan salah satu hal yang menunjang bagi UKM di bidang desain.

Italia menempati salah satu paviliun yang tergolong terbesar dalam pameran itu. Paviliun Italia terbagi dalam tiga kelompok. Produk yang dipamerkan mulai dari mobil, desain interior, arsitektur, dan lain-lain. Pada kelompok pertama, arsitek Italia, Massimiliano Fuksas dan Massimo Iosa Ghini, menampilkan kursi unggulannya, yaitu Seduta Sit Sat dan Alo, yang unik.

Pada bagian kedua dipamerkan warisan Leonardo da Vinci, seorang seniman, penemu, pematung, dan perekayasa asal Italia. Ia adalah pelopor dalam sejarah desain Italia. Lembaga nirlaba bernama Associazione La Citta Ideale dalam pameran itu memamerkan sembilan karya Da Vinci yang sangat luar biasa, berupa reproduksi gambar Da Vinci dan dua manuskripnya.

Pada bagian ketiga dipamerkan sejumlah produk kreatif lain dari berbagai perusahaan asal Italia. Sejumlah perusahaan ternama ikut dalam pameran, seperti Kartell.

Wartawan asal Italia, Paolo Migliavacca, mengakui desain menjadi kunci ekonomi Italia. Negara lain bisa meniru desain-desain Italia, tetapi dalam hal kualitas, negara lain tidak pernah bisa meniru.

Sementara itu, tuan rumah Hongkong tidak ketinggalan. Sejumlah perusahaan yang dikelola anak muda tampil dalam pameran itu. Mereka sudah memasuki pasar dunia untuk berbagai jasa dan produk kreatif.

Untuk pengembangan pasar ke luar negeri, mereka mendapat bantuan dari Hong Kong Trade Development Council (HKTDC). Lembaga yang mengurus kepentingan dagang Hongkong di luar negeri ini menyatakan lebih dari 90 persen yang dibantu adalah UKM yang bergerak di bidang jasa.

Menurut Kepala Komunikasi HKTDC Parker Robinson, pihaknya bertugas membantu membuka pasar, menyediakan data, dan membuka peluang pasar yang bisa dimasuki UKM Hongkong.

HKTDC bergerak di hampir 50 perwakilan di berbagai negara untuk mengetahui kebutuhan pasar dan mencari celah bagi UKM Hongkong untuk memasuki pasar dunia.

Tidak kalah penting dalam pengembangan UKM adalah tersedianya lembaga pendidikan yang memadai. Di Hongkong, sektor pendidikan mendapat perhatian penuh. Pengelola wilayah itu telah mencanangkan syarat tenaga kerja yang memasuki pasar harus berkualitas tinggi. Mereka juga harus menjadi tenaga kerja berkelas dunia. Untuk itu lembaga pendidikan harus mampu menghasilkan tenaga kerja sesuai kebutuhan pasar.

Institut Desain Hongkong, misalnya, menampilkan sejumlah produk desain karya mahasiswa yang telah memenangi berbagai lomba berkelas dunia. Desain-desain mereka sangat berkelas dan memiliki keunikan. Mereka mendesain berbagai produk, mulai dari fashion, keramik, percetakan digital, dan lain-lain.

"Misi kami adalah menyediakan pendidikan desain berkelas dunia. Lembaga ini mendukung secara aktif pertumbuhan industri kreatif di Hongkong dan dunia," kata Ketua Dewan Penasihat Institut Desain Hongkong Andrew Leung Kwan-yuen dalam pengantar buku pengenalan lembaga itu.

Hongkong berusaha mengembangkan industri desain dengan berbagai cara. Salah satunya, mengundang para tokoh dunia yang bergerak di bidang desain.

Untuk mendiskusikan inovasi desain dunia, berbagai desainer berkumpul dalam Business of Design Week 2007. Lebih dari 100 pembicara kelas dunia dari perusahaan Nokia, Lenovo, Ducati, Warner Brothers, dan Vitra Design Museum hadir dalam pertemuan itu. Beberapa nama, yakni Zaha Hadid, Marc Newson, Yao Ying Jia, dan Mario Bellini, menjadi orang penting dalam pertemuan itu.

UKM terus bertumbuhan dan berkembang. Anak-anak muda akan makin terlibat dalam usaha yang tergolong praktis, penuh ide, dan dengan jumlah tenaga kerja yang tidak banyak. Hingga saat ini industri jasa tetap menjadi fokus mereka.

Agaknya sudah saatnya UKM Indonesia mulai mengembangkan diri berbasis industri jasa, termasuk di dalamnya industri kreatif yang bernilai tinggi.

Bank Mandiri Latih Debitur UMKM

Senin, 25 Pebruari 2008 | 16:44 WIB

TEMPO Interaktif, Jakarta:PT Bank Mandiri Tbk melatih seribu debitur mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan keuangan.

Senior Vice President Micro Business Group Bank Mandiri

Sukoriyanto Saputro mengatakan, lemahnya manajemen keuangan membuat pelaku usaha kecil sering menghadapi kendala dalam mengakses keuangan. "Untuk itu, Mandiri perlu melatih para wiraswasta untuk meningkatkan kualitas SDM, jadi dukungan kami tidak hanya berupa dana [permodalan] dan jasa keuangan, tapi juga pembinaan," kata Sukoriyanto dalam siaran pers yang diterima di Jakarta, Senin (25/2).

Sampai kuartal tahun 2007 Bank Mandiri telah menyalurkan kredit UMKM sebesar Rp 2,2 triliun. Jumlah ini meningkat 14,2 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya yang sekitar Rp 1,9 triliun.

Penyaluran kredit itu diberikan kepada sekitar 110.000

usaha mikro di Tanah Air. Program itu, menurut Sukoriyanto, sudah berjalan dengan baik, terbukti sejak program itu diluncurkan pada 2004 hingga 2007 komulatif pertumbuhan kredit tiap tahunnya mencapai 43 persen.

I Eko Nopiansyah

221 Daftar inventarisasi masalah RUU UMKM disepakati

JAKARTA: Kementerian Koperasi dan UKM bersama Komisi VI DPR berhasil menyelesaikan 221 dari 362 daftar inventarisasi masalah (DIM) Rancangan Undang-undang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Selama empat hari melakukan rapat kerja di Bandung (22-25 Februari), Komisi VI serta Kemenkop dan UKM yang diwakili Deputi Bidang Kelembagaan Marsudi Rahardjo berhasil menyelesaikan hampir 150 DIM dari total 362 masalah.

Pada sidang rapat kerja tersebut, Komisi VI DPR dipimpin secara bergantian oleh Ketua Komisi VI Toto Daryanto, Wakil Ketua Komisi Anwar Sanusi. Pembahasan DIM RUU tersebut dilakukan secara maraton melalui tiga sesi dalam sehari.

"Masih ada beberapa rapat kerja lanjutan untuk menyelesaikan rumusan seluruh 362 DIM menjadi UU UMKM. Rapat kerja selanjutnya dilaksanakan pada pekan ini di Ruang Komisi VI DPR," papar Marsudi kepada Bisnis, kemarin.

Setelah ke-362 DIM selesai dibahas, proses selanjutnya adalah pengesahan RUU menjadi undang-undang. Sebelum itu, harus dibahas panitia kerja, tim perumus, tim sinkronisasi dan tim kecil.

Marsudi belum bisa memastikan kapan finalisasi pembahasan RUU UMKM menjadi UU. Sesuai agenda kerja DPR-RI masa persidangan III Tahun Sidang 2007-2008, RUU tentang UMKM dijadwalkan bisa selesai pada tahun ini.

Pembahasan DIM RUU Kemenkop dan UKM ditargetkan selesai pada awal April tahun ini. Sedangkan tahapan finalisasi DIM dilanjutkan kembali setelah para anggota wakil rakyat memasuki masa reses mulai 4 April 2008.

Ketetapan UU UMKM sangat diperlukan oleh kelompok usaha mikro kecil dan menengah untuk menetapkan definisi bisnis mereka, termasuk besaran aset dan omset. Ketetapan ini terkait dengan besaran kredit yang bisa mereka akses ke perbankan.

Perbankan sebagai institusi yang terkait dengan program kredit bagi UMKM, belum mempunyai visi sama untuk penyaluran kredit ke kelompok tersebut. Usulan yang mereka tawarkan kepada Komisi VI sangat bervariasi.

Bank Mandiri misalnya menetapkan usaha mikro dengan besar omset maksimal Rp1,6 miliar per tahun. Sedangkan Bank Bukopin dan BRI mengusulkan omset usaha mikro hanya sebesar Rp500 juta per tahun.

Oleh Mulia Ginting Munthe
Bisnis Indonesia

Konsultan HaKI berpeluang jaring UKM Jatim

SURABAYA: Perusahaan jasa pengurusan sertifikat hak atas kekayaan intelektual (HaKI) di Jawa Timur berpeluang menjaring jutaan usaha skala kecil menengah (UKM) sebagai pengguna jasa tersebut, mengingat baru sebagian kecil yang memiliki hak paten, merek, hak cipta dan desain industri.

Sugiarto Saliman, Presdir PT Dream ID-perusahaan jasa pengurusan-mengatakan tingkat kesadaran UKM di Jatim untuk mengurus hak paten maupun hak merek masih rendah, karena tidak paham soal pentingnya kepemilikan sertifikat HaKI.

Selain itu, kalangan UKM umumnya tidak mengerti prosedur pengurusannya, di mana pengajuan sertifikat HaKI harus ditujukan ke Ditjen HaKI Departemen Hukum dan HAM di Jakarta.

"UKM bidang produksi maupun jasa baru menyadari pentingnya mengurus sertifikat hak paten maupun hak merek manakala terkena masalah hukum. Kami menyosialisasikan pentingnya HaKI dan peluang jasa ini [pengurusan HaKI] cukup menjanjikan," ujarnya, kemarin.

PT Dream ID beroperasi sejak tiga tahun terakhir di Jatim, di mana usaha jasa yang ditanganinya diketahui belum banyak digeluti perusahaan lain. Dalam menguruskan sertifikat HaKI, Dream ID menetapkan tarif sebesar Rp1,6 juta per merek atau paten, dengan jangka penerbitannya berkisar 1,5 tahun - 3 tahun.

Sugiarto mengaku selama tiga tahun terakhir menjaring ratusan pelanggan, dengan penambahan 30% per tahun. Perusahaan yang memiliki kesadaran mengurus sertifikat HaKI umumnya bergerak di sektor produksi.

Sementara itu perusahaan menengah yang tergolong rendah kesadarannya untuk mengurus HaKI, antara lain rumah sakit, hotel, restoran, toko, properti.

Untuk menggalakkan sosialisasi tentang pentingnya mengurus HaKI, Dream ID menjalin kerja sama dengan Asosiasi Pengusaha Tas Koper Tanggulangin (Apetta) Sidoarjo serta Forum Daerah UKM Jawa Timur.

"Kedua asosiasi ini memiliki anggota cukup banyak," papar Sugiarto.

Berdasarkan data di Dinas Koperasi Pengusaha Kecil Menengah (Diskop & PKM) Jawa Timur, jumlah pengusaha mikro kecil menengah di provinsi tersebut mencapai 4,2 juta unit.

Sektor usaha tersebut membutuhkan fasilitasi berupa layanan yang mendorong peningkatan kualitas SDM, pengetahuan, kemampuan dan ketrampilannya. (k22)

Bisnis Indoneia

UKM di Riau banyak kelemahan

PEKANBARU: Usaha kecil dan menengah (UKM) di Riau memiliki banyak kelemahan yang membuatnya sulit berkembang, sehingga perlu dicarikan solusi agar bisa bangkit.

"UKM mempunyai prospek bagus dan berpotensi tumbuh," ujar Machasin, Ketua Pusat Pembinaan Pengembangan Koperasi Pengusaha Kecil (P3KPK) Universitas Riau, baru - baru ini.

P3KPK Unri pernah meneliti UKM di Riau, yang umumnya untung cukup bagus. Namun, sektor ini punya kelemahan, seperti hanya sebagian kecil yang memiliki izin usaha, atau nomor pokok wajib pajak (NPWP).

Akibatnya, UKM sulit mendapatkan kredit karena perbankan dan lembaga keuangan lain tidak percaya. Selain itu, pola manajerial masih bersifat tradisional di mana tidak ada pemisahan aset perusahaan dengan aset pribadi. (Bisnis/k12)

UKM didorong memanfaatkan Internet

JAKARTA: Kementerian Koperasi dan UKM tahun ini memprogramkan pendampingan pemanfaatan Internet atau situs sentra, guna memperluas akses pasar koperasi dan UKM.

Deputi Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha Choirul Djahhari mengatakan program dimaksudkan untuk menciptakan para pengguna Internet di kalangan UKM, dan penciptaan sistem komunikasi yang cepat dan akurat. "Sasaran kuantitatifnya 75 orang," ungkap Choirul Djahhari, baru - baru ini.

Tahun lalu, pemerintah memprogramkan pendampingan teknis penggunaan e-commerce atau e-business bagi UKM sentra di Bandung, Jawa Barat, dan Solo, Jawa Tengah, yang pesertanya masing-masing 30 orang pebisnis di bidang konveksi, batik, handicraft, dan meubel.

Peserta diharapkan terampil membuat email, mampu menggunakan grup diskusi untuk meningkatkan akses informasi, dan terampil menjual produk melalui Internet. (Bisnis/mfm)

Pertumbuhan omzet MLM Indonesia tertekan

JAKARTA: World Federation of Direct Selling Associations (WDFSA) mengungkapkan Indonesia menjadi satu dari lima negara yang mengalami tekanan omzet penjualan langsung (MLM).

Berdasarkan data WDFSA yang dirilis 1 Februari 2008, pasar dengan pertumbuhan di bawah 10% adalah Indonesia (4%), Selandia Baru (5%), Slovakia (2,5%), AS (5%), Czech (turun 10%).

"Beberapa perusahaan lama tidak sukses seperti yang diinginkan, tapi omzetnya akan makin baik tahun ini," kata Humas Asosiasi Penjualan langsung Indonesia (APLI) Widarto Wirawan, kemarin.

Data WDFSA tersebut memotret kondisi pasar MLM pada 2006. Tidak tercapainya penjualan terutama dikeluhkan oleh pengusaha, menyusul kenaikan harga bahan bakar minyak pada 1 Okt. 2005, yang menekan daya beli masyarakat terhadap barang perusahaan direct selling.

Meskipun belum ada data resmi dari APLI, Widarto mempekirakan tekanan penjualan berlanjut pada 2007. Dia memperkirakan persentase kenaikan omzet MLM pada 2007 sama dengan 2006 (sekitar 4%).

Total penjualan MLM yang diraih Indonesia pada tahun lalu itu pun, kata Widarto, banyak disokong dengan bermunculannya pemain baru. Jika sebelumnya kurang dari 100 izin MLM dikeluarkan Depdag, maka pada 2007 jumlahnya sudah mencapai sekitar 120.

APLI optimistis penjualan MLM pada tahun ini akan bergairah, menyusul dikeluarkannya kebijakan baru yang memperbolehkan asing menanamkan investasinya di jenis usaha tersebut (Perpres 111/2007)

""Kami harapkan pada 2008 omzet direct selling bisa meningkat 10%. Karena PMA akan tertarik masuk ke Indonesia yang menarik pasarnya dengan penduduk 220 juta, dan daya beli masyarakat membaik," kata Widarto.

Oleh Linda T. Silitonga
Bisnis Indonesia

Nusantara Yogyakarta | Selasa, 26 Feb 2008

Industri Batik DIY Bangkit

SEKTOR usaha pertekstilan di Daerah Istimewa Yogyakarta belum sepenuhnya pulih pasca gempa Mei 2006 lalu. Di sektor industri batik misalnya baru sekitar 10 persen pelaku usaha yang mulai bangkit menjalankan usaha.

Hal itu terjadi akibat perhatian pemerintah masih terfokus soal pemulihan rekonstruksi di bidang fisik. Pelaku usaha meminta agar langkah restrukturisasi kredit untuk menolong dari keterpurukan benar-benar direalisasikan.

"Pelaku usaha mengeluh soal kelangsungan usaha. Jika ada angka ancaman 200 ribu pengangguran yang dilansir Tim Teknis Nasional sekitar 5 persen diantaranya berasal dari sektor pekerja tekstil yang terancam tutup," kata Jadin C Djamaluddin, Ketua Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) Yogyakarta, Senin (25/2).

Di sektor industri batik dijelaskan baru berjalan 10 persen dari 8.000 pelaku usaha tekstil yang kini mulai tumbuh. Laporan anggota asosiasi di wilayah Imogiri ada sekitar 80 perajin batik yang kini mulai bangkit usahanya dari total 800 pelaku usaha batik yang ada sebelum gempa.

"Sentra batik di Imogiri hanya berjalan 10 persen saja dari anggota yang terdaftar," katanya.

Menurut Jadin, pihaknya kini berharap pemerintah memberikan perhatian pada sektor industri menengah. Kondisi yang ada, pelaku industri menengah kini dihadapkan posisi sulit. Tercatat ada 16 ribu kredit yang masih macet dengan nilai Rp 235 miliar. "Kita ini seperti terperangkap, sebab nilai agunan UMKM mencapai Rp 860 milyar. Itu sepertiga besaran kredit, Jogja Rescue Team sudah audiensi dengan Sultan untuk menerapkan kebijakan lokal agar industri tekstil tidak kolaps," katanya.

Masalah mendesak lain yang perlu diselesaikan, terutama soal ancaman penyitaan aset oleh perbankan akibat kredit yang diajukan jatuh tempo. Pelaku UMKM meminta adanya restrukturisasi kredit setidaknya untuk jangka waktu tiga tahun. "Kredit belum terbayar. Kalau bicara UKM itu lingkaran bisnis. Ada rantai yang terkait dan kemitraan kalau yang menengah mati, otomatis usaha mikro berpengaruh," tukasnya.

Tekanan Berat

Diakui, kini industri tekstil secara nasional di tahun 2008 mendapat tekanan berat. Perbankan tak lagi berminat untuk pembiayaan dan beralih ke sektor jasa. Pasca gempa, industri yang banyak menghidupi ribuan perajin kena masalah. "Nilai ekspor batik belum tumbuh pesat. Masih jauh jika dibandingkan sebelum gempa, di tahun 2004 lalu misalnya bisa capai 463 juta dollar AS, tahun 2007 lalu nilainya sekitar 158 juta dollar AS," tukas Jadin.

Adanya ancaman resesi global, isu kenaikan tarif dasar listrik, pengurangan subsidi BBM untuk industri serta aturan main yang tidak pasti membuat pelaku usaha kesulitan dalam menentukan proyeksi bisnis. "Pemulihan bidang ekonomi butuh percepatan agar pabrik yang ambruk, mesin rusak, gudang dan lab yang rusak bisa segera diperbaiki. Seperti saya ini, tinggal rumah saja yang selamat, itupun harus bayar cicilan KPR, itu tidak hanya saya," kata Jadin.

Jika tidak, dirinya khawatir tenaga ahli yang ada akan berpindah baik di tingkat regional maupun memilih menjadi tenaga kerja di luar negeri seperti ke Malaysia.

Beberapa perajin yang memiliki keahlian kini disebutkan banyak mendapat tawaran untuk bekerja dengan tawaran gaji yang tinggi. "Beda dengan di Bantul, mereka bisa mendapat gaji senilai Rp 5 juta, beberapa orang sudah ditawari, ini perlu perhatian serius," katanya. Much Fatchurochman

Ekonomi Makro Jakarta, 26 Februari 2008 | Selasa, 26 Feb 2008

Kredit UMKM Tumbuh 22,5 Persen

by : Muchamad Ghufro

Perbankan nasional semakin serius membidik sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ini terbukti dari total penyaluran kredit sepanjang 2007 yang mencapai Rp502,80 triliun, naik 22,5 persen dibandingkan realisasi 2006 sebesar Rp410,44 triliun.

Pertumbuhan ini lebih tinggi dari periode 2005-2006 yang hanya mencapai 15,65 persen. Pada 2005 total kredit perbankan ke UMKM tercatat Rp354,91 triliun.

Peningkatan penetrasi perbankan ke sektor UMKM tak mengejutkan Pardomuan Sihombing, Kepala Riset Paramitra Alfa Sekuritas. "Sekarang hampir semua bank di Indonesia giat berekspansi ke UMKM," ujar dia kepada Jurnal Nasional, Senin (25/2).

Pilihan ini bukan tanpa alasan. Krisis ekonomi pada 1997-1998 memberi pelajaran berharga bagi praktisi perbankan bahwa UMKM terbukti lebih tahan banting di tengah gejolak. Ini bermakna, UMKM memiliki risiko gagal bayar cicilan kredit lebih rendah ketimbang korporasi yang berukuran lebih besar.

Sebab utamanya, UMKM memiliki exposure rendah terhadap mata uang asing. Selain itu, lanjut Pardomuan, kredit UMKM menawarkan margin lebih besar karena bank mengeluarkan biaya kredit lebih kecil dibandingkan korporasi mapan yang cenderung meminta diskon bunga.

Dia menakar, pertumbuhan kredit UMKM tahun lalu hanyalah permulaan menuju pertumbuhan lebih pesat pada tahun-tahun berikutnya. Mengingat, kondisi makro ekonomi Indonesia saat ini relatif stabil dan diperkirakan akan semakin solid. Ini tentu dapat meningkatkan kualitas kredit UMKM berbarengan dengan penerapan prinsip kehati-hatian perbankan.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang tahun ini bank menyalurkan kredit kepada sepuluh bidang usaha UMKM. Beberapa sektor yang bertumbuh cukup signifikan adalah pertanian dari kucuran kredit Rp13,92 triliun pada 2006 menjadi Rp16,11 triliun pada 2007, perdagangan dari Rp107,29 triliun menjadi Rp134,57 triliun, dan lain-lain dari Rp203,53 triliun menjadi Rp254,87 triliun.

Bila dipilah menurut jenis penggunaan, kredit konsumsi masih mendominasi dengan kucuran kredit sebesar Rp253,45 triliun, disusul kredit modal kerja Rp204,77 triliun, dan kredit investasi Rp44,58 triliun.

Menurut kelompok bank penyalur, Bank Swasta Nasional berada di barisan terdepan dengan total kucuran kredit ke UMKM sebesar Rp238,21 triliun dan Bank Persero di posisi kedua Rp176,74 triliun. Minat Bank Asing dan Campuran ke UMKM terbilang masih rendah dengan total penyaluran kredit Rp20,07 triliun.

BI memperkirakan, kredit UMKM masih mendominasi pada tahun ini dengan target . porsi penyaluran kredit mencapai 51 persen dari total kredit bank umum. Sebagai catatan, total kredit bank umum pada 2007 tercatat Rp1.002,01 triliun.

Mandiri Tergiat

Pada 2007 PT Bank Mandiri Tbk kembali mencatatkan diri sebagai bank tergiat menyalurkan kredit. Jumlah kredit yang disalurkan bank pelat merah ini mencapai Rp125,28 triliun atau dengan pangsa pasar 12,5 persen. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan realisasi 2006 Rp108,49 triliun

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk menguntit di belakang dengan total kucuran kredit Rp114,36 triliun (11,41 persen). Posisi enam besar peringkat bank berdasarkan kredit tahun 2007 sama dengan posisi 2006.

Yang menarik, PT Bank Pan Indonesia Tbk yang berhasil menyodok ke posisi tujuh dengan total kredit Rp29,03 triliun. Bank Pan menggeser PT Bank Permata Tbk yang melorot ke posisi sembilan dengan kucuran kredit Rp25,99 triliun. PT Bank Tabungan Negara menutup daftar sepuluh besar bank berdasarkan kredit dengan jumlah penyaluran Rp22,35 triliun.

Ekonomi Mikro/Sektor Riil Jakarta | Selasa, 26 Feb 2008

Menanti Pembenahan Pasar Tradisional

by : Sapariah

JALAN becek, kotor, gedung tak terurus, kios-kios tampak kumuh masih menjadi pemandangan biasa ketika berbelanja di pasar tradisional. Di Jakarta, dari 151 lokasi, sebagian besar kondisi pasar tradisional memprihatinkan.

Pantauan Jurnal Nasional, pada sejumlah pasar tradisional seperti di Pasar Rumput Manggarai, Jakarta

Pusat, pada musim hujan saat ini sekitar pasar kumuh dan becek. Sejumlah kios di lantai atas gedung terlihat tutup dan tak terawat.

Pedagang kaki lima memilih berdagang di pinggir jalan dibandingkan di kios yang tersedia. Pada pagi hari pedagang kaki lima memadati jalan menuju lantai atas pasar.

Di Pasar Matraman, kondisi serupa juga terlihat. Sejumlah lapak terkesan asal berdiri, tidak ada perbaikan. Ditambah, saluran air meluber menciptakan banyak kubangan.

Pasar tradisional dibayang-bayangi kehadiran pasar modern, seperti supermarket, mal, dan hypermarket. Mereka merasa semakin terjepit. Di Pasar Rumput, Manggarai, dengan jarak

kurang dari 1.000 meter ada mal. Di sekitar pasar Rawamangun, mal dan dua supermarket hadir dengan jarak tak kurang dari 1.500 meter.

Sedangkan, PD Pasar Jaya seakan tak mampu membenahi lahan usaha bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah itu. "Pengurus Pasar Jaya itu pintar tapi kurang visi mengembangkan pasar tradisional bersaing dengan pasar modern," kata Ketua Asosiasi Pedagang Pasar (APP) Jakarta Hasan Basri, akhir pekan lalu.

Hingga tahun ini, sedikitnya tujuh pasar tradisional bangkrut dan setiap tahun 4.000 unit kios tutup. Pada seluruh pasar tradisional di Jakarta, sejak kehadiran pasar modern awal 1990-an sedikitnya 10.000 unit kios tutup. Pasar tradisional, katanya, tak mampu bersaing dengan pasar modern jika diadu pada arena yang sama.

Dingin Beru Perangin-angin, pedagang bumbu di Pasar Rumput Manggarai, mengatakan, kehadiran pasar modern membuat pasar tradisional sepi. "Calon pembeli lari ke sana karena lebih murah dan bersih lagi tempatnya."

Keluhan meminta perbaikan pasar berulang kali disampaikan kepada pengelola. Namun, belum ada tindak lanjut. Luther Kembaren

Nusantara Yogyakarta | Selasa, 26 Feb 2008

Mengemas Produk UMKM Laku di Mal

PELAKU usaha mikro kecil dan menengah di Yogyakarta dan Klaten kini mulai menapaki fase kemandirian. Setidaknya itulah yang terekam di pameran sekitar 200 UMKM yang terkena dampak gempa Mei 2006 lalu di Plaza Ambarukmo, 22-24 Februari.

"Pascabencana di tahun 2006, mereka kehilangan pekerjaan. Ada yang sebelumnya memiliki usaha tapi hancur akibat bencana, kini perlahan mereka menuju kemandirian," kata Agni Pratama, ketua Steering Committee (SC) pameran di Yogyakarta, Senin (24/2).

Menurut Agni, ada 16 lembaga donor internasional yang terlibat mendampingi kelompok pelaku usaha. Selain itu beberapa lembaga donor juga elemen masyarakat lokal memberikan bantuan langsung ke UMKM tersebut.

Agni mengatakan, ada pula bantuan material berupa pemberian alat usaha, pelatihan kemampuan produksi, pengetahuan pengelolaan keuangan dan penetrasi pasar juga diberikan. "Pameran di mal begini, sekaligus upaya mengenalkan ke masyarakat bahwa produk yang dihasilkan berkualitas, sekaligus membuka kemungkinan jaringan pemasaran," ujarnya.

Selama 1,5 tahun terakhir, kata Agni, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang kerajinan seperti batik, tenun, batu ukir, silver atau perak, kerajinan kulit, aneka kerajinan kerang dan lain-lain itu mendapatkan beragam pelatihan juga lokakarya untuk meningkatkan kualitas produk dan manajemen usaha. "Pascapelatihan ini, telah masing-masing kelompok usaha itu bisa jadi embrio koperasi. Keberlanjutan pendampingan itu jelas terkait stake holder di masing-masing daerah," ujarnya.

Terlihat juga dipamerkan aneka bahan olahan pangan itu mendapatkan pengetahuan produksi, manajemen usaha dan soal pemasaran. Mereka juga mendapatkan bantuan modal bergulir, termasuk untuk pembelian alat tenun, teknologi olahan makanan yang diperlukan. Strategi pemasaran, penentuan harga dan teknologi packaging atau pengemasan barang juga diberikan. "Kita berikan modal, alat produksi, pengelolaan keuangan, dan pelatihan organisasi perusahaan juga soal negosiasi dengan pasar," tukasnya.

Strategi Publik

Agni menambahkan, dengan pameran disebutkan menjadi strategi untuk mengenalkan ke publik yang lebih luas soal kualitas produk, penetrasi pasar juga soal kemampuan produksi yang bisa dihasilkan oleh pelaku usaha.

"Lembaga donor internasional beberapa di antaranya tak mungkin seterusnya menyalurkan bantuan, pameran jadi strategi tumbuhkan kemandirian usaha," katanya.

Diakui Agni, selama pameran, antusiasme pasar di Yogyakarta cukup besar. Hal itu terbukti dari volume penjualan di masing-masing stan. Meski belum ada catatan soal omzet, beberapa stan justru berhasil menjadi pemasok produk olahan makanan ke supermarket. Produk makanan olahan berupa chips seperti ceriping pisang, peyek, sukun, dan lain-lain laris manis diserbu pengunjung. "Manajemen Carrefour berminat menjadikan produk olahan makanan dari kelompok dampingan Yayasan Kerabat Desa Kota Indonesia, jadi pemasok tetap mereka," imbuhnya.

Elly Wisanti, Direktur Yayasan Kerabat Desa Kota Indonesia mengakui cukup gembira dengan kerja sama yang diajukan. Produk olahan makanan yang dikerjakan oleh kelompok ibu-ibu di berbagai dusun di Bantul itu memang dijamin kualitasnya.

Selama ini hasil produksi hanya dipasarkan di toko kelontong yaitu berupa rambak, kacang mete, bumbu dapur hasil tani kering sudah dipesan untuk memasok produknya. "Kita di minta mengikat kerja sama dengan mereka. Hampir semua produk makanan olahan yang ada diterima, soal harga kita akan bicarakan lagi sesuai segmen pasar mereka," katanya.

Bagi produsen, seperti Prapti (30) dari Kirobayan, Tirtosari, Kretek, Bantul yang tergabung dalam kelompok Lestari Manunggal tentu saja tawaran kerja sama itu

memberikan secercah harapan kepastian usaha. "Siap mas. Berapa pun permintaan produknya. Produk kami dijamin enak dan sesuai standar kesehatan yang ada," tandasnya. Much Fatchurochman

Perbankan Tunggu Juklak Pembiayaan KUKM

BANDUNG -- Hingga kini Jabar belum menerima petunjuk pelaksana (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) mekanisme pembiayaan koperasi usaha kecil menengah (KUKM) dari pusat. Meski demikian, perbankan yang menyatakan siap berpartisipasi dalam program KUKM terus bertambah.

"Awal tahun ini perbankan yang berminat bertambah, dari enam bank pada tahun lalu kini menjadi 10 bank," ujar Kepala Dinas KUKM Jabar, Mustofa Djamaludin, kepada Republika, Senin (25/2). Ia mengaku tidak mengetahui data lengkap nama-nama bank tersebut.

Mustofa mengatakan, juklak dan juknis program pembiayaan tersebut sedang diolah di tingkat pusat. Program ini dikeluarkan karena pemerintah tidak menyediakan dana untuk pola penjaminan. Namun pemerintah memberikan semacam jaminan agar KUKM bisa melakukan peminjaman ke perbankan.

Total dana yang diberikan pemerintah untuk menunjang kegiatan KUKM, menurut dia, sekitar Rp 3 triliun. Ia mengaku belum mengetahui alokasi dana yang diterima Jabar. Namun ia berharap uang yang bisa diserap bisa mencukupi kebutuhan UKM di Jabar.

"Harus diingat, Jabar mempunyai penduduk 41 juta jiwa dengan 7,4 juta KUKM. Jadi alokasi dananya harus besar," tutur dia. Mustofa berharap secara bertahap 70 persen dari pembiayaan tersebut bisa terserap.

Jika juklak dan juknisnya tiba, Mustofa menambahkan, pihaknya akan melihat mekanisme yang ditawarkan. Selain itu, pihaknya sedang mempersiapkan business plan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh metodologi jaminan.

Tanpa ada penjamin, sambung Mustofa, KUKM harus ikut pada kaidah yang ada. Kaidah itu di antaranya menetapkan bunga 16 persen per tahun. Jumlah itu masih cukup berat karena daya beli masyarakat yang menurun. Selain itu, industri kecil terutama sektor makanan olahan juga sedang lesu yang disebabkan oleh gangguan distribusi minyak tanah serta gas, ditambah harga minyak goreng yang belum juga membaik.

Kabar baiknya, sambung Mustofa, industri di Jabar banyak menggunakan komponen lokal, sehingga kendala tidak begitu terasa. Namun mekanisme ini secara nasional mempengaruhi iklim usaha. Ia mengatakan, tak semua KUKM akan mendapatkan bantuan pembiayaan tersebut. Namun ia berharap ada banyak KUKM yang bisa menyerap dana itu. ren

()

Opini Sikap | Jakarta | Rabu, 27 Feb 2008

Persaingan Pasar Tradisional dan Modern

by : Abdulhamid Dipopramono

Beberapa hari lalu diberitakan di koran ini bahwa ada tujuh pasar tradisional di DKI Jakarta yang bangkrut. Kebangkrutan ini utamanya disebabkan berjamurnya pasar-pasar modern yang bahkan banyak yang letaknya berdekatan dengan pasar tradisional.

Dalam dunia perdagangan, persaingan adalah merupakan hal biasa, bahkan bisa dikatakan persaingan adalah ruh dari perdagangan itu sendiri. Persaingan yang dimaksudkan adalah yang sifatnya sehat, menyangkut kualitas barang dan jasa yang ditawarkan, harganya, dan keterjangkauan tempatnya.

Dalam kasus kebangkrutan pasar tradisional, memang ada unsur persaingan itu. Dalam kenyataan sekarang, tidak selalu harga-harga di pasar tradisional lebih murah. Situasi tempat di pasar modern juga lebih menarik, lebih bersih, lebih harum, dan lebih nyaman untuk berbelanja. Apalagi sekarang berkembang konsep bahwa orang berbelanja harus disusankan seperti berekreasi. Persaingan lain adalah dalam hal tempat, kini banyak pasar modern (khususnya minimarket) yang mendekati konsumen, mereka masuk ke kawasan perumahan yang tidak ada pasarnya. Masyarakat lebih dekat pergi ke minimarket daripada ke pasar tradisional.

Memang masih banyak juga barang-barang yang harganya lebih murah di pasar tradisional dibanding pasar modern. Juga ada barang-barang tertentu yang ada di pasar tradisional tetapi tidak ada di pasar modern. Unsur lain yang didapatkan konsumen pada pasar tradisional adalah suasana tawar-menawar harga yang menurut mereka mengasikkan. Tawar-menawar harga ini tidak mungkin kita dapatkan di pasar modern. Tetapi sejauh mana "nilai" ini harus dipertahankan, tentu tergantung kepada masing-masing konsumen.

Yang perlu menjadi perhatian pemerintah "dalam hal ini pemerintah daerah" adalah bahwa ada sekian banyak anggota masyarakat (rakyat) kita yang menggantungkan hidupnya dari pasar tradisional. Yaitu para pedagang kecil dan menengah. Mereka ini tidak lantas bisa dengan begitu saja menjadi pemasok barang di pasar modern misalnya. Apalagi ikut menjadi pemiliknya (shareholder). Jangankan masuk wilayah pasar modern, mereka berganti tempat ke ruko saja menemui kesulitan tersendiri.

Persaingan memang menjadi karakter dari perdagangan, tetapi modal dasar untuk persaingan di tiap-tiap pedagang sangat berbeda. Di sinilah perlunya pemerintah daerah masuk. Meski bukan murni proteksi, tetapi pemberian kesempatan kepada mereka secara wajar untuk tetap hidup adalah suatu keharusan dari sebuah pemerintah daerah. Sehingga kebijakan pembangunan pasar modern dan pusat-pusat pertumbuhan di dalam wilayahnya harus juga memperhitungkan dampak sosial-ekonomi masyarakat secara luas.

Pereaturan daerah menyangkut pasar modern harus benar-benar disusun dengan orientasi memakmurkan semua golongan masyarakat. Pengertian persaingan dalam kondisi masyarakat kita yang tingkat kesiapannya sangat beragam juga harus diterjemahkan secara pas. Salah satu hal yang bisa diatur, minimal, adalah pada jam buka dan jenis komoditas yang harus diperdagangkan. Janganlah pasar modern boleh buka di mana saja (termasuk di dekat pasar tradisional), boleh buka kapan saja (jam berapa saja), dan boleh menjual apa saja. Jika demikian halnya, yang bermodal paling kuatlah yang akan paling berkuasa.

Bank Mandiri Siapkan Kredit Mikro Rp 30 T

BANDUNG, (PR).-

Bank Mandiri siap mengucurkan kredit Rp 30 triliun untuk mendukung pembiayaan kredit usaha mikro (KUM) pada tahun 2008. Upaya itu untuk memenuhi target pertumbuhan penyaluran KUM yang sebesar 40% tahun ini. Demikian disampaikan Wakil Presiden Usaha Mikro Bank Mandiri, Sukoriyanto Saputro, di Bandung, Selasa (26/2).

Dia menjelaskan, meningkatnya target penyaluran kredit itu akan dilakukan melalui empat segmen yaitu KUM Mandiri yang diberikan kepada perorangan dengan limit kredit hingga Rp 10 juta dan KUM Mapan untuk perorangan dengan limit kredit di atas Rp 10 juta hingga Rp 50 juta.

Kemudian, KUM juga diberikan pada kelompok usaha untuk keperluan produktif dengan limit kredit sebesar Rp 50 juta per kelompok dan KUM Prima untuk perorangan maupun badan usaha dengan limit kredit di atas Rp 50 juta-Rp 100 juta.

Selain pemberian KUM, menurut Sukoriyanto, program peningkatan UKM akan dilakukan pula melalui agenda corporate social responsibility (CSR) dan program kemitraan bina lingkungan (PKBL). Rencana tersebut akan dilancarkan dengan penggunaan dana sebesar Rp 18 miliar yang diambil dari penyisihan laba BUMN untuk program kemitraan.

Dari keseluruhan dana, sekitar Rp 12 miliar akan disalurkan untuk program pendidikan wirausaha muda mandiri (WMM). Sisa dananya akan disalurkan untuk penanganan bencana alam, serta peningkatan sarana-prasarana lingkungan dan ibadah.

Terkait dengan WMM, ditargetkan akan tercipta 1.000 wirausahawan baru dari sekitar 20 perguruan tinggi di seluruh Indonesia, yang meliputi mahasiswa berpotensi dan alumni yang lulus maksimal lima tahun. (CA-172/CA-175)***

Realisasikan Perda Pasar

BANDUNG, (PR).-

Peraturan daerah (perda) tentang perpasaran yang berpihak pada ekonomi lemah perlu segera direalisasikan. Demikian diungkapkan Andri Gunawan dalam orasinya ketika berunjuk rasa bersama sekitar 30 anggota Barisan Muda Penegak Amanat Nasional (BM PAN), Gerakan Pemuda Islam (GPI), Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI), dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) di halaman Gedung DPRD Kota Bandung, Selasa (26/2).

Menurut Andri, koordinator lapangan unjuk rasa tersebut, selama ini kebijakan pemerintah cenderung berpihak pada pelaku usaha bermodal besar. Istilah revitalisasi pasar berdampak buruk bagi pedagang pasar tradisional. "Setelah pasar dibangun, pedagang pasar malah tambah melarat," kata Andri saat berdialog di Ruang Rapat Komisi B DPRD Kota Bandung.

Para pengunjung rasa juga menuntut tidak dilibatkannya pihak ketiga (pengembang) dalam proses pembangunan pasar. Selain itu, mereka meminta DPRD dan Pemkot Bandung membatasi jumlah pasar modern, jam beroperasi, serta komoditas yang dijual di pasar modern.

Endrizal Nazar, Ketua Komisi B menyatakan, perda tentang penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern memang telah menjadi perhatian dewan. "Namun, baru pada awal 2008 ini menjadi raperda inisiatif yang akan segera dibahas DPRD," kata Endrizal.

Dia menjelaskan, dalam rumusan raperda tersebut akan diatur berbagai hal yang berkaitan dengan perpasaran, seperti letak, jam operasi, pola distribusi, perlindungan, dan pola kemitraan. "Nantinya pedagang grosir tidak boleh menjual eceran, begitu pula sebaliknya," ujar Endrizal.

Pasar Andir

Sementara itu, perwakilan pedagang Pasar Andir yang tergabung dalam tiga organisasi mendesak Pemkot Bandung segera menertibkan PKL di Jln. Jend. Sudirman dan Jln. Rajawali agar masuk kembali ke lantai basement Pasar Andir. "Dulu kan Pak Dada janji mau memasukkan semua PKL ke lantai basement," kata salah seorang pedagang, Jajang.

Ketiga organisasi tersebut, yaitu Persatuan Pedagang Pasar Andir (P3A), Himpunan Pedagang Kaki Lima Pasar Andir (HPKLPA), dan Swadaya Pedagang Pasar Andir (Swapa). Mereka juga menuntut keringanan jangka waktu cicilan uang muka kios menjadi setahun dari semula enam bulan, perbaikan Jln. Waringin, dan pencairan dana hibah untuk pedagang. "Soal penurunan harga 30%, itu hanya diajukan APPSI," ujar Ketua P3A, Dede Taryono. (A-156/CA-179)***

Perajin aluminium butuh modal

PANGKALPINANG: Perajin aluminium di Pasar Pembangunan mengharapkan pemerintah dan perbankan memberikan pinjaman modal untuk mengembangkan dan membesarkan usaha mereka.

"Sudah 27 tahun usaha ini digeluti dan belum sekalipun ada bantuan dari pemerintah maupun perbankan," ujar Agus, perajin barang rumah tangga berbahan aluminium, kelang, dan seng, kemarin.

Di kios miliknya terpanjang sejumlah alat rumah tangga, seperti dandang berbagai ukuran, oven, loyang kue dan kompor. Modal yang dimilikinya saat ini hanya belasan juta rupiah saja, hingga ia kesulitan membuat barang dalam jumlah banyak untuk dicadangkan. (Antara)