

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN UMKM : SUATU TANTANGAN DI ERA EKONOMI DIGITAL

Mohamad Arsyad KR, Himawan, Gibza Adam F^{1*}

¹Institut Pertanian Bogor, Indonesia, arsyadkr13@gmail.com

Abstrak

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lambat laun semakin pesat. Bukan hanya mampu memperbaiki taraf kualitas kehidupan secara personal si pemilik UMKM, namun juga turut andil menambah jumlah tenaga kerja produktif. Berbagai lahan usaha saat ini telah dimasuki oleh UMKM. Bukan hanya di sisi retail, namun juga di sektor-sektor bisnis besar. Sayangnya, dari jumlah tersebut, lebih dari 90 persen masih bermain di ranah offline. Tentu, itu bukan jumlah yang sedikit, jika kita lihat dari kacamata dunia digital. Sejatinya, sebaik-baiknya bisnis, para pemain UMKM itu juga dapat merambah dunia digital dalam sektor bisnis yang sama.

Untuk memberikan sumbangsih terhadap negara harus dimulai dari usaha kecil, dengan adanya perkembangan teknologi di era digital ini kita harus membuka peluang bisnis. Efisiensi biaya dengan cara harus mengetahui cashflow dalam setiap bisnis. Pihak pemerintah harus memberikan gambaran yang utuh mengenai pentingnya UMKM bersaing di era sekarang ini.

Harapannya UMKM dapat menumbuhkan prekonomian indonesia, dengan melakukan hirilisasi dengan menjual produk yang berupa barang jadi bukan barang mentah yang belum diolah.

Kata Kunci: UMKM, Bisnis, Digital, *Cashflow*, Hilirisasi

1 PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia UMKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UMKM ini juga sangat membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu ukm juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha

yang berkapasitas lebih besar. UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

UMKM memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia.

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Di era yang serba canggih seperti sekarang ini, banyak bisnis yang semakin berkembang karena tersedianya teknologi pendukung. Pemanfaatan teknologi yang saat ini sedang trend salah satunya adalah sosial media marketing. Internet telah menjadi salah satu hal penting dalam bisnis terutama dalam pemasaran atau marketing.

Sosial media marketing sangat penting bagi perkembangan bisnis terlebih lagi di era digital sekarang ini, karena selain mudah digunakan, biaya yang dibutuhkan pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis melalui sosial media juga murah.

2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif . Metode deskriptif adalah membuat observasi dan kemudian menarik kesimpulan. Metode kualitatif cenderung menggunakan deskriptif dan analisis . Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam metode ini . Landasan teori yang digunakan sebagai panduan penelitian sesuai dengan fakta di lapangan . Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kausal yang pada penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat. Analisis yang digunakan dalam makalah ini diperoleh dari wawancara dengan berbagai pemilik UMKM di Bogor. Teori tambahan diambil dari jurnal dan buku yang paling berpengaruh di Kewirausahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan UMKM di Indonesia

Sektor UMKM selalu mendapat perhatian khusus dari banyak kalangan termasuk pemerintah. Pasalnya, peran dan andil UMKM dalam perekonomian nasional terbilang strategis bila diteropong dari jumlah unit usahanya yang mendominasi, tingginya penyerapan tenaga kerja, besarnya kontribusi dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) nasional dan sumbangannya terhadap nilai ekspor. Dari Badan Pusat Statistik (BPS) hingga 2012, jumlah unit UMKM mencapai 56.534.592 unit atau 99,9% dari total unit usaha di Indonesia. Tenaga kerja yang mampu diserap oleh UMKM lebih dari 107.657.509 orang atau sebesar 97,16% dari angkatan kerja. Kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB mencapai Rp 4.870 triliun atau sebesar 59,08%. Terkait dengan sumbangan dalam pembentukan nilai ekspor, UMKM menyumbang sebesar Rp 167 triliun atau sebesar 14,06%.

UMKM dalam hal ini memiliki peranan besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia karena dengan banyaknya jumlah penduduk Indonesia, UMKM berperan untuk menambah lapangan pekerjaan. Untuk membangun perekonomian suatu negara, dibutuhkan SDM yang memiliki jiwa-jiwa *entrepreneur* untuk mengembangkan kewirausahaan suatu negara. Hal tersebut dilakukan karena menurut Joseph A. Schumpeter, perekonomian suatu negara dapat berkembang dengan adanya suatu produk inovasi yang dapat dihasilkan melalui kewirausahaan. Di Indonesia sendiri usaha mikro jumlahnya mencapai 98,82% dan usaha kecil jumlahnya hanya 1,09%. Hal tersebut menandakan masih banyaknya usaha-usaha yang tergolong mikro dan tidak mengalami perkembangan berarti karena tidak adanya kenaikan level dari mikro ke kecil, kecil ke menengah, dan seterusnya.

Masih banyak kendala yang harus dibenahi dan bukan hanya menjadi tugas pemerintah Indonesia, tetapi juga menjadi tugas rakyat Indonesia. Solusi yang dapat ditawarkan dalam permasalahan tersebut adalah dengan meningkatkan pendidikan maupun pelatihan keahlian terhadap generasi muda maupun angkatan kerja Indonesia untuk mengembangkan kemampuan mereka agar dapat bersaing dengan generasi muda maupun angkatan kerja dari negara lain. Pemerintah diharapkan dapat memiliki peranan besar dalam mensosialisasikan pentingnya UMKM dalam meningkatkan perekonomian Indonesia melalui pengadaan lokakarya terhadap para pelaku UMKM maupun pada masyarakat awam agar memiliki kemauan untuk berwirausaha. Perlunya partisipasi aktif dari masyarakat untuk melakukan wirausaha maupun untuk mendapatkan informasi mengenai *entrepreneurship*.

Hilirisasi

Hilirisasi Industri merupakan kebijakan strategis untuk membangun industri nasional. Sudah bukan saatnya lagi Indonesia mengekspor bahan mentah ke luar negeri, melainkan industri nasional harus mengolah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi atau malah lebih bagus menjadi barang jadi. Selain meningkatkan nilai tambah perekonomian nasional, ekspor barang jadi akan lebih menegaskan kualitas dari produk Indonesia.

Studi kasus PT Kelola Mina Laut (KML) Surabaya yang bergerak di bidang perdagangan hasil laut. Proses hilirisasi KML berlanjut dengan dibangunnya restoran yang menu utamanya tentu saja hasil laut. Terdapat berbagai bentuk olahan hasil laut seperti daging kepiting kemas dalam kaleng, teri nasi, udang, kepiting, dan rajungan. Perusahaan ini telah melakukan ekspor ke 4 benua meliputi Jepang, Taiwan, China, Korea Selatan, Amerika Serikat, Australia, Eropa, dan Timur Tengah. Tidak heran dengan adanya proses hilirisasi, menjadikan PT KML salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang hasil laut di Indonesia.

Era Digital

E-commerce

Terlepas dari beriklan di laman digital, sebetulnya ada hal-hal sederhana bisa dilakukan oleh para pemain UMKM di ranah digital. Yang paling umum dari ranah digital adalah sosial media. Penggunaan media sosial memang sungguh lazim, terutama jika sebuah UMKM ingin memasuki ranah digital. Namun, perlu diingat, tak selamanya sebuah akun akan dinikmati isinya jika terus menerus berjualan. Ada baiknya jika audiens diberikan satu atau dua hal di luar konten promosi produk, misalnya tip membuat sesuatu. Berpromosi digital melalui media sosial memang baik. Namun, media sosial masih belum bisa mengakomodir pembayaran dan menelusuri jejak sang pembeli. Beralih ke dunia digital commerce, artinya sebuah UMKM harus siap untuk naik satu level lebih tinggi. Bukan hanya masalah promosi, namun dengan kecanggihan dunia digital saat ini, pemilik UMKM bisa mengetahui dengan sebenarnya target pasar untuk mereka, cara penjualannya, termasuk juga mengontrol sistem pembayarannya. Untuk itu, sebuah UMKM harus memiliki sebuah website atau situs yang cukup komprehensif untuk mengakomodasi kebutuhan tadi. Marketplace Namun, kini pemilik UMKM bisa meletakkan memiliki situs sendiri pada opsi terakhir. Jika memiliki keterbatasan pada budget atau anggaran, itu bisa diakali dengan memasuki ranah e-commerce. Salah satunya adalah mencoba “membuka toko” di marketplace online.

Dunia e-commerce memang sedang bertumbuh di Indonesia. Umumnya, marketplace tidak akan mengenakan biaya untuk membuka toko. Sisi menguntungkan dari berjualan di marketplace adalah si pemilik UMKM tidak perlu mengeluarkan biaya untuk kegiatan promosi. Biasanya, jika produk dari sebuah toko dianggap bagus dan memiliki testimonial yang baik dari para pembeli di marketplace tersebut, maka produk tersebut akan dipromosikan oleh marketplace tempat UMKM tadi membuka toko. Lebih bagus lagi, marketplace memiliki sistem pembayaran komprehensif.

Escrow System

Escrow system merupakan sistem pembayaran di marketplace. Sistem ini akan sangat membantu pemain UKM dalam sisi pembayaran yang lebih aman dan komprehensif. Cara bekerja sistem ini sangat simpel. Jika ada yang membeli produk di marketplace, maka sang pembeli akan membayar terlebih dulu ke rekening marketplace tadi. Setelah itu, pihak marketplace akan memberikan notifikasi kepada pemilik

toko, bahwa ada yang membeli produknya dan sudah melakukan pembayaran. Selanjutnya, pemilik akan diminta untuk mengirim produk tersebut ke alamat pembeli. Jika pembeli sudah menerima produk pesannya, maka pihak marketplace akan membayarkan uang sebesar jumlah harga produk tersebut ke rekening pemilik. Tentunya, sistem ini sangat menjamin keamanan dan kenyamanan pembayaran, baik dari sisi pembeli maupun pemilik UMKM. Bukan hanya terbatas pada sistem escrow, namun marketplace menawarkan banyak kelebihan lain untuk pelaku UMKM. Kini, saatnya para pemain UMKM, mulai memanfaatkan dunia digital, terlebih lagi dunia e-commerce untuk kemajuan usaha.

4. KESIMPULAN

Pengembangan UMKM di Indonesia mengalami beberapa hambatan dalam operasionalnya. Pengetahuan para produsen atau pemilik UMKM di Indonesia mengenai teknologi masih jauh dari cukup. Kebanyakan produsen di Indonesia masih menggunakan peralatan yang sifatnya masih tradisional. Sehingga biaya produksi malah menjadi lebih tinggi dibandingkan jika para produsen menggunakan mesin-mesin modern.

Dengan adanya perkembangan teknologi dewasa ini, UMKM seharusnya sudah mempersiapkan strategi baru yang akan membawa mereka tetap bertahan dan mampu berekspansi di kancah internasional. Sehingga sudah seharusnya dijalin integrasi hubungan antara pihak-pihak terkait untuk memecahkan masalah yang masih menghambat UMKM.

Diperlukan adanya hilirisasi dalam pengelolaan berkelanjutan untuk UMKM yang bersangkutan. Hilirisasi bertujuan untuk menghasilkan nilai tambah produk, memperkuat struktur industri, serta menyediakan lapangan kerja dan peluang usaha di dalam negeri.

Tuntutan era digital, UMKM harus mampu memanfaatkan pasar baik skala nasional maupun internasional. Sudah tidak adanya batasan geografis memberikan peluang besar untuk terciptanya pasar lebih luas lagi. Kini, saatnya para pemain UMKM, mulai memanfaatkan dunia digital, terlebih lagi dunia perdagangan online untuk kemajuan usaha.

DAFTAR REFERENSI

"Anonim".2015. Kewirausahaan. diambil dari <http://wikipedia.com>. Pada tanggal 21 Oktober 2015.

Fatimah, Tjutju. Maret 2011.Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dalam Menghadapi Globalisasi.

Bahri, Faisal. 2002. Perekonomian Indonesia. Jakarta: Erlangga.

Raja, Oskar, dkk. 2010. Kita Sukses Mendirikan & Mengelola UMKM. Jakarta: Penebar Swadaya.

Samuel, 2011. Peran Sektor UKM pada Ekonomi Indonesia.
<http://samuelhasiholan.wordpress.com/2011/05/12/peran-sektor-ukm-pada-ekonomi-indonesia/>.
Diakses tanggal 21 Oktober 2015.

Iwantono, sutrisno. 2002. kiat sukses berwirausaha. jakarta: PT.grasindo.

*Antonym. Landasan Pemberdayaan Koperasi dan
UMKM.(Online).http://www.depkop.go.id/phocadownload/renstra/2004-2009/renstra_2004_2009_05_bab_04.pdf. diakses tanggal 25 Desember 2013*

*Supriyanto. 2008. PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI SALAH
SATU UPAYA PENANGGULANGAN KEMISKINAN*