

# STRATEGI BUDAYA UNTUK PEMULIHAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI YOGYAKARTA PASCAGEMPA

*Erwan Agus Purwanto\**

## Abstract

*In May 27, 2006 earthquake hit Yogyakarta and Central Java measured 5.9 on the Richter scale and lasted for 52 seconds. The impact of the earthquake in May 27, 2006 which hit Yogyakarta and Central Java was very devastating. To add the anguish, one of the most important economic pillars of Yogyakarta's inhabitants: the Small and Medium Enterprises (SMEs) were also severely affected by the calamity. The preliminary assessment done by various institutions found that thousands SMEs actors have lost their enterprises. Moreover, ten thousands SMEs workers lost their jobs by which they make a living. To ease the pain of the impact of this tragedy, this paper offers a scenario to utilize the strong altruism culture of Yogyakarta's community as an economic instrument to help the SMEs actors to rebuild their business. The cultural instrument here means that people in Yogyakarta are suggested to use their moral judgment rather than rational one when making a choice to fulfill their daily needs: that is by switching their preference from buying branded manufactured goods made by big factories to simpler products made by SMEs. This community movement, hopefully, will boost the demand of SMEs products which in the end could support the efforts of the SMEs actors to recover their business.*

**Keywords:** *Earthquake, small and medium enterprises (SMEs), Moral Economy.*

## Pengantar

Gempa bumi tektonik 5,9 skala richter yang melanda Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah (Jateng) pada 27 Mei 2006 telah menimbulkan korban jiwa yang sangat memprihatinkan. Berdasarkan data sementara yang diperoleh melalui *rapid assessment* pascagempa yang dikeluarkan oleh Bappenas, et. al. (2006), jumlah korban jiwa (baik di DIY maupun Jateng) mencapai 5.716 orang. Jumlah ini belum termasuk korban luka-luka yang jumlahnya mencapai 37.927 orang. Jika dilihat secara lebih rinci untuk masing-masing kabupaten, Bantul dan Klaten merupakan dua

kabupaten yang paling parah dilanda gempa bumi tersebut.

Selain korban jiwa, bencana yang melanda DIY dan Jateng tersebut juga menimbulkan kerugian material yang sangat besar. Menurut data yang ada, total rumah yang roboh di DIY dan Jateng mencapai 156.662 rumah dan rumah yang rusak mencapai 202.031 rumah. Jika ditotal, keseluruhan rumah yang terkena dampak gempa (roboh maupun rusak) menjadi 358.693 rumah. Kerugian tersebut apabila dirupiahkan akan mencapai nilai Rp15,3 triliun (Bappenas, et. al., 2006: 17-18). Data kerugian tersebut belum termasuk kerusakan yang juga

---

\* Staf pengajar di Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Isipol, Universitas Gadjah Mada dan Magister Administrasi Publik, Universitas Gadjah Mada.

dialami oleh gedung-gedung milik pemerintah yang jumlahnya cukup besar. Angka-angka kerugian tersebut akan semakin mencengangkan manakala kita menambahnya dengan mengkaji kerugian berbagai sektor yang lain yang juga terkena dampak gempa, seperti infrastruktur publik, transportasi, dan pertanian.

Fakta-fakta tersebut di atas menunjukkan besarnya dampak gempa bumi terhadap sendi-sendi kehidupan masyarakat Jawa Tengah dan DIY. Namun demikian, dari sekian dampak yang ditimbulkan oleh gempa bumi tersebut, hilangnya sumber mata pencarian penduduk, terutama penduduk yang menggantungkan hidupnya pada usaha-usaha kecil dan menengah (UKM), khususnya sektor industri (Industri Kecil dan Menengah, IKM) di DIY merupakan masalah penting yang harus segera dicarikan solusinya. Gempa telah menyebabkan kerusakan total pada sarana produksi, jaringan usaha, dan modal kerja yang dimiliki oleh para pelaku IKM di DIY dan kembali ke titik nadir.

Tulisan ini secara khusus akan memetakan dampak gempa bumi yang terjadi pada 27 Mei 2006 terhadap eksistensi dan peran UKM di DIY. Dari pemetaan persoalan tersebut, tulisan ini akan diarahkan untuk mendiskusikan berbagai strategi yang dapat diambil untuk memecahkan persoalan yang saat ini sedang dihadapi oleh UKM di DIY pascagempa.

## **Peran UKM terhadap Perekonomian DIY**

Sebelum gempa terjadi, UKM (baik industri maupun perdagangan) merupakan sumber mata pencarian penting bagi penduduk DIY. Makin menyempitnya lahan pertanian dan semakin sulitnya mengandalkan pendapatan dari sektor pertanian menjadi salah satu faktor pendorong yang menyebabkan sebagian besar

penduduk di DIY mencari alternatif sumber pendapatan lain di luar sektor pertanian, yaitu melalui UKM.

UKM menjadi pilar penopang yang penting bagi DIY untuk menarik wisatawan mengunjungi DIY. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata unggulan di Indonesia, tawaran produk-produk unggulan dari UKM banyak diminati oleh wisatawan asing maupun domestik. Jalan Malioboro dan sekitarnya selama ini merupakan etalase produk-produk UKM Yogyakarta. Tidak hanya berperan sebagai penarik wisatawan, UKM juga memberi kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di DIY secara keseluruhan.

Gambaran peran strategis UKM terhadap perkembangan perekonomian di DIY dapat dilihat data statistik UKM pada 2004 sebelum gempa bumi terjadi. Pada tahun tersebut data statistik menunjukkan bahwa secara makro UKM memberi kontribusi terhadap komoditas ekspor DIY senilai Rp2,5 triliun atau 60 persen dari total ekspor seluruh DIY. Sementara itu, data pada tahun yang sama menunjukkan investasi yang masuk ke DIY di sektor ini mencapai Rp1,3 triliun (*Kompas*, 18 Oktober 2005). Sumbangan pertumbuhan yang diberikan oleh berbagai komoditas UKM di DIY tersebut ditopang oleh berbagai sentra UKM yang jumlahnya mencapai ratusan ribu unit, yang tersebar pada lima kabupaten dan kota di seluruh DIY.

Selain andilnya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan ekspor, peran lain UKM yang tidak kalah pentingnya bagi masyarakat DIY adalah sumbangan UKM dalam menciptakan lapangan kerja. Sesuai dengan karakteristiknya, sebagian besar UKM yang ada di DIY juga merupakan jenis usaha yang lebih banyak bersifat padat tenaga kerja (*labour intensive industry*), bukan *capital intensive*. Karena memiliki sifat yang demikian,

penyerapan tenaga kerja oleh UKM di DIY juga terus mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu. Data yang dikeluarkan Bappenas, et. al. (2006: 50) menyebutkan sebelum gempa, jumlah UKM di DIY secara keseluruhan mencapai angka 113.000 unit yang mempekerjakan kurang lebih 422.500 orang.

Sebagai ilustrasi yang lain, data Tabel 1 menunjukkan pada 2005 jumlah industri kecil (yang hanya merupakan salah satu bagian dari UKM) di DIY mencapai 74.941 unit. Semua unit itu mampu menyerap tenaga kerja sebesar

**Tabel 1**  
**Jumlah Industri Kecil dan Penyerapan Tenaga Kerja Provinsi DIY Tahun 2005**

Cabang Industri	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)
Pangan	32.981	90.622
Sandang dan kulit	4.443	18.907
Kimia dan bahan Bangunan	12.400	56.715
Logam dan elektronika	2.744	7.646
Kerajinan	22.373	68.383
Jumlah	74.941	242.313

Sumber: Dinas Perindustrian dan Koperasi Provinsi DIY (2005: 3).

**Tabel 2**  
**Jumlah Industri Kecil dan Penyerapan Tenaga Kerja menurut Kabupaten/Kota**

Kabupaten/Kota	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)
Kota Yogyakarta	2.808	16.529
Sleman	15.064	44.125
Bantul	17.799	77.600
Kulon Progo	20.148	54.660
Gunung Kidul	19.122	49.399

Sumber: Dinas Perindustrian dan Koperasi Provinsi DIY (2005: 4-30).

242.313 orang. Jumlah tersebut tentu masih akan bertambah apabila kita memasukkan kegiatan lain yang termasuk dalam jenis UKM.

Jika dilihat distribusinya pada masing-masing kabupaten, keberadaan IKM tersebar cukup merata, kecuali Kota Yogyakarta yang wilayahnya memang paling kecil. Data Tabel 2 juga menunjukkan IKM di Bantul adalah yang paling tinggi fleksibilitasnya dalam menyerap tenaga kerja. Sebagai gambaran, meskipun jumlahnya hanya 17.799, IKM di sana mampu menyerap tenaga kerja jauh lebih banyak dibandingkan dengan IKM di Kulon Progo yang jumlah unit usahanya adalah yang paling besar di DIY.

### Dampak Gempa terhadap UKM di DIY

Sebagaimana disebutkan di depan, gempa telah menimbulkan kerusakan terhadap rumah, infrastruktur publik dan juga sosial. Sementara itu, berbagai hasil studi yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya (cf. Abdullah, 1994; Sandee, 1995; Saptari, 1995; Purwanto, 2005) menunjukkan sebagian besar aktivitas UKM, seperti industri konveksi, anyaman, gerabah, dan penyamakan kulit, dilakukan di rumah para pemiliknya, bukan di *workshop* (bengkel) kerja tersendiri. Konsekuensi dari adanya ketumpangtindihan fungsi rumah, baik sebagai ruang domestik (*domestic sphere*) maupun ruang untuk produksi (*production sphere*), menyebabkan kerusakan rumah akan langsung berdampak terhadap aktivitas UKM. Artinya, kerusakan rumah dapat digunakan sebagai proksi atau pendekatan untuk memperkirakan seberapa parah dampak gempa terhadap aktivitas UKM di Provinsi DIY.

Data pada Tabel 3 menunjukkan intensitas kerusakan UKM di daerah-daerah basis UKM di Yogyakarta sangatlah tinggi, terutama di dua sentra gerabah yang selama ini menjadi maskot UKM di Kabupaten Bantul, yaitu Kasongan dan Pundong. Di dua tempat

tersebut kerusakan mencapai 99 persen yang diderita oleh sekitar 750 perajin. Jika diasumsikan masing-masing perajin mempekerjakan 5 orang buruh saja, kerusakan tersebut tentunya akan menimbulkan efek *multiplier* yang luar biasa. Hal itu berarti ada 3.750 buruh kehilangan pekerjaannya dan sekitar 15.000 jiwa terpengaruh kelangsungan hidupnya jika diasumsikan masing-masing buruh menanggung beban kehidupan 4 anggota keluarga yang lain.

Nilai kerugian sebagaimana dipaparkan tersebut di atas akan semakin besar lagi apabila analisis diarahkan untuk melihat kerusakan UKM pada tiap-tiap kabupaten. Data pada Tabel 4 menunjukkan kerusakan beberapa jenis usaha yang termasuk kategori UKM di Yogyakarta mencapai angka Rp143,9 miliar. Yang mengejutkan (terlepas bahwa data ini masih sementara), ternyata Kabupaten Kulon Progo justru merupakan kabupaten yang menderita kerugian paling besar (Rp89,7 miliar) dibandingkan dengan Kabupaten Bantul yang selama ini dianggap sebagai daerah yang paling parah terkena dampak gempa.

Selain berbagai kerugian sebagaimana diuraikan tersebut di atas, dampak gempa terhadap UKM juga dapat dilihat dari potensi keuntungan devisa yang hilang karena

**Tabel 3**  
**Kerusakan dan Kerugian Akibat Gempa pada Beberapa Sentra Industri Kecil**

Daerah	Produk utama	Perajin	Kerusakan (%)
Kasongan	Gerabah	400	99
Pundong	Gerabah	350	99
Manding	Kulit	50	100
Kota Gede	Perak	20	100
Bantul	Kayu, sandang	100	100
Kulonprogo	Anyaman	5	100

Sumber: Dinas Perindagkoptanben DIY, 2006.

kegagalan mencapai target ekspor berbagai jenis produk UKM. Menurut Syahbenol Hasibuan, Kepala Dinas Perindagkoptanben (Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Pertambangan, Energi DIY), target ekspor kerajinan Yogya 2006 ditetapkan sebesar US\$140 juta. Namun demikian, sampai semester pertama 2006, ekspor yang terealisasi baru mencapai US\$48 juta. Sedangkan pada periode sama tahun sebelumnya, ekspor kerajinan DIY mencapai US\$53 juta. Depperindag memperkirakan potensi ekspor yang hilang mencapai US\$39 atau sekitar Rp324 miliar sebagai akibat gempa di Yogya. Selama ini target tujuan ekspor produk-produk UKM adalah ke negara Amerika Serikat, Italia, Australia, Singapura, dan Taiwan.

Potensi kerugian ekspor yang digambarkan tersebut tidak hanya akan terjadi dalam satu tahun saja, tetapi bisa lebih besar dari itu apabila upaya pemulihan UKM tidak secepatnya dilakukan. Hal ini terjadi karena kemampuan pelaku UKM untuk menjaga kontak dengan mitra mereka di luar negeri terhadap kesanggupan mereka untuk memenuhi kontrak kerja yang sudah dibuat akan memengaruhi kelanjutan kontrak kerja selanjutnya. Dalam beberapa kasus, pihak *buyer* di luar negeri bisa menerima alasan penundaan pengiriman barang yang sudah mereka pesan karena alasan gempa. Namun demikian, penundaan tersebut tentunya tidak bisa dilakukan terlalu lama, sebab jika ini terjadi, pihak *buyer* akan mencari mitra yang lain untuk memenuhi pesanan mereka. Pada titik inilah peran pemerintah sangat vital untuk dapat membantu para pelaku UKM agar segera berproduksi kembali. Di beberapa daerah sentra industri, bahkan para pelaku UKM mengatakan bahwa mereka lebih konsern untuk segera memperbaiki bengkel-bengkel kerja mereka agar segera dapat berproduksi

**Tabel 4**  
**Kerusakan dan Kerugian Beberapa Jenis UKM Akibat Gempa menurut Kabupaten/Kota**

	Jml Unit Usaha sebelum gempa	Unit Usaha rusak pascagempa	Tenaga Kerja	Nilai kerugian (juta)
Sleman (genteng, tahu, ragam metal, kuningan, ATBM)				5.442,50
Bantul (kulit, gerabah, kerupuk kulit, tahu, emping mlinjo, yangko/geplak, sutra liar)	2.621	666	4.765	40.204,64
Gunung Kidul (kerajinan kayu topeng, tempe, mebel, makanan olahan, gula jawa, anyaman bambu, dan gerabah)	1.277	473	1.440	3.366,56
Kota Yogyakarta (cor aluminium, perak)	712	116	2.369	5.297,00
Kulon Progo (tahu, batik, VCO, gula kelapa, gerabah, dawet, tempe)	3.755	260	823	89.671,95
Provinsi DIY	9.702	2.014	13.785	143.982,65

Sumber: Dinas Perindagkoptanben DIY, 2006 dikutip dalam *Kompas*, 30 Juni 2006 pp. H

kembali daripada mendahulukan perbaikan rumah mereka yang roboh.

Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah pada dasarnya menyadari pentingnya untuk segera memberi bantuan kepada para pelaku UKM. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kebijakan maupun janji pemerintah untuk membuat kebijakan guna membantu para pelaku UKM tersebut. Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Perindagkop) Kota Yogyakarta, misalnya, telah melakukan upaya pemulihan bisnis UKM dengan menyelenggarakan Handy Craft Expo 2006 di Atrium Utama Malioboro Mall akhir Juni 2006. Sementara itu, pemerintah pusat melalui Kementerian Negara Koperasi dan UKM telah mengajukan anggaran perubahan sebesar Rp417,64 miliar dalam perhitungan APBN-P 2006 untuk perluasan fasilitas bagi sektor UKM dan pemulihan ekonomi Yogyakarta

pascagempa. Rincian alokasi dana tersebut adalah sebagai berikut. (1) Memperluas dukungan dan fasilitas pemberdayaan koperasi dan UKM sebesar Rp391,49 miliar yang akan dipakai untuk mendukung 19 program sektor UKM dan koperasi. Untuk pelaku UKM, dana tersebut akan disalurkan dalam bentuk, antara lain, bantuan perkuatan dana, barang, atau sarana usaha, dan dana bergulir. (2) Rehabilitasi pascagempa di Yogyakarta dan Jateng sebesar Rp26,147 miliar. Pemerintah akan menggunakan dana tersebut untuk membiayai empat program pemulihan kinerja sektor UKM korban gempa yang mencakup (i) revitalisasi warung serba ada; (ii) pemanfaatan kredit multi guna, (iii) perkuatan koperasi simpan pinjam, dan (iv) pemberian keringanan kredit perbankan bagi debitor korban gempa (Tim Info *Tempo*, Edisi 14-20 Agustus 2006: 157).

## Strategi Budaya sebagai Salah Satu Alternatif

Apabila berbagai program yang sudah disusun oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah tersebut dapat segera diimplementasikan, tentu saja persoalan yang dihadapi oleh para pelaku UKM di daerah gempa tidak akan sesulit yang mereka rasakan sekarang ini. Persoalan modal, alat produksi yang rusak, perbaikan bengkel kerja, dan lain-lain akan segera beres manakala pemerintah mengucurkan bantuannya. Persoalannya adalah dana miliaran rupiah yang sudah dialokasikan untuk membantu UKM tersebut tidak dapat segera dicairkan. Alasan utama yang sering dikemukakan pemerintah tentang lambatnya pencairan bantuan tersebut adalah persoalan data. Tidak mau mengulang kesalahan yang sama seperti yang dialami ketika pemerintah pusat akan memberikan bantuan dana bagi rumah penduduk yang roboh yang kemudian menimbulkan silang pendapat antara Pemkab Bantul dan Jakarta, pemberian bantuan untuk pemulihan UKM di daerah gempa kemudian dilakukan dengan pendataan yang sangat hati-hati. Tindakan ini diambil karena beberapa pejabat di Jakarta jelas tidak akan mau mengambil risiko terjadinya penggelembungan jumlah korban yang akan mempersulit mereka untuk mempertanggungjawabkan pengalokasian dana yang mereka usulkan kepada DPR. Namun demikian, persoalan kemudian muncul ketika data jumlah pelaku UKM yang menjadi korban gempa sangat dinamis di lapangan, yang dapat berubah-ubah dalam hitungan hari. Sementara itu, perhitungan anggaran di Jakarta jelas tidak bisa mengikuti perubahan tersebut dengan mudah. Karena tarik-ulur tersebut, meskipun komitmen pemerintah sangat besar untuk membantu para pelaku UKM, bantuan dana tampaknya tidak akan segera cair dalam waktu dekat.

Melihat rumitnya persoalan, tentu kita tidak bisa membiarkan para pelaku UKM di DIY terkatung-katung tanpa kepastian. Belajar dari keberhasilan masyarakat dan sektor swasta dalam membantu korban bencana gempa bumi DIY dan Jateng pada waktu tanggap darurat, maka masyarakat dan sektor swasta pun bisa membantu para pelaku UKM untuk bangkit dari keterpurukan. Bagaimana caranya? Tentu ada banyak cara sesuai dengan kapasitas masing-masing individu, misalnya dengan pemberian kredit modal bagi sektor swasta oleh pihak yang bergerak di bidang perbankan atau membantu pemasaran lewat internet oleh mereka yang bergerak di dunia teknologi informasi. Namun yang paling sederhana dan bisa dilakukan oleh siapa saja adalah menjadi pembeli produk-produk UKM. Dengan cara ini diharapkan akan tercipta *demand* terhadap produk-produk UKM sehingga membantu para pelaku UKM untuk bangkit.

Mekanisme penciptaan *demand* terhadap produk-produk UKM di DIY inilah yang kita sebut sebagai upaya membantu UKM berbasis budaya. Mengapa demikian? Karena semangat atau pertimbangan kita untuk membeli produk-produk UKM tersebut bukanlah semata-mata motif ekonomi yang rasional untuk memperoleh utilitas maksimal dari barang atau jasa yang dibeli, namun lebih didasarkan pada pertimbangan moral karena kita ingin membantu para pelaku UKM tersebut. Gagasan ini pada dasarnya bukan sesuatu yang baru. Seorang antropolog terkenal, James Scott (1976), menyebutkan tindakan ekonomi yang dilakukan oleh para petani di Asia Tenggara (termasuk Indonesia) tidak melulu didasarkan pada pertimbangan untung-rugi (rasional), tetapi lebih didasarkan pada pertimbangan moral dengan motif untuk membantu atau menolong anggota komunitas di mana mereka berada. Gagasan Scott tersebut, oleh para teoretisi ekonomi, sering

disebut sebagai altruisme ekonomi. Dengan bahasa yang lain, Simon (1993), seorang ekonom yang terkenal dengan teori *bounded rationality*-nya, mengatakan mendapat keuntungan ekonomi mungkin bukan satu-satunya motif yang mendorong perilaku manusia, sebagaimana selama ini sangat dipercaya oleh para ekonom. Menurutnya, perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh banyak aspek, termasuk altruisme (dorongan untuk berbuat baik) dan upaya individu untuk mengidentifikasi dirinya dengan masyarakat atau orang lain. Sebagai contoh, jika seorang individu hidup dalam suatu lingkungan yang mengedepankan solidaritas sosial, tentu individu yang bersangkutan akan membuat pilihan-pilihan tindakan agar dirinya identik dengan lingkungan sosial di sekitarnya agar dia dapat diterima dengan baik, mendapat pengakuan, penghargaan, respek, dan lain-lain.

Keadaan seperti ini tentu dapat "dimanfaatkan" untuk hal-hal positif dengan menggerakkan sentimen masyarakat melalui identitas sosial-budaya yang ada untuk membantu masyarakat yang kurang beruntung agar mendapat pertolongan dari kelompok lain yang memiliki kekuatan ekonomi. Gerakan ini dipakai untuk memengaruhi pembuatan keputusan atau pilihan-pilihan individual dalam membelanjakan uangnya bagi keuntungan masyarakat yang kurang beruntung tersebut.

Darmanto (2006) memberi contoh penerapan strategi budaya untuk membantu UKM bangkit dari keterpurukan dengan perhitungan sebagai berikut. Ambil contoh, kita melakukan gerakan pengenalan karakter wayang kepada para murid, mulai dari taman kanak-kanak sampai SMU agar mereka dapat meneladani karakter tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Apabila gerakan tersebut dilakukan dengan memasang satu wayang saja di tiap-tiap kelas, kita dapat menghitung berapa

*demand* terhadap wayang yang diproduksi oleh UKM apabila di DIY saja ada sekitar 26.023 ruang kelas (BPS, 2003). Tidak hanya wayang, *demand* terhadap berbagai produk UKM akan terjadi dan dapat ditingkatkan apabila kita semua memiliki semangat yang sama untuk membantu UKM agar dapat bangkit.

Berbagai kantor pemerintah dan swasta tentu dapat memulainya dengan mengidentifikasi berbagai kebutuhan yang selama ini diproduksi atau dibuat oleh produsen-produsen besar, seperti kudapan untuk rapat, katering untuk makan siang, dan berbagai alat kantor yang sebenarnya dapat disuplai oleh UKM dengan kualitas yang tidak kalah dengan produk-produk produsen besar dan dengan harga jauh lebih murah. Selain perkantoran, keluarga-keluarga di DIY juga dihimbau untuk melihat kembali berbagai keperluan rumah tangga mereka yang selama ini dibeli dari produsen besar di berbagai mal dan swalayan yang dapat digantikan oleh barang-barang produksi UKM.

Jika gerakan ini dilakukan, tentu akan ada ribuan, bahkan jutaan jenis produk-produk UKM yang sangat dibutuhkan oleh perkantoran, sekolah, maupun rumah tangga di DIY dan sekitarnya. Dengan demikian, tidak usah menunggu intervensi pemerintah yang berlarut-larut agar para pelaku UKM di DIY dan sekitarnya dapat bangkit dari keterpurukan akibat gempa karena seluruh masyarakat sudah gotong royong membantu. Pengorbanan kecil kita, dengan mengonsumsi barang-barang yang tidak bermerek, tentu jauh lebih ringan dibandingkan dengan penderitaan para pelaku UKM yang menjadi korban gempa.

## Kesimpulan

Usaha-usaha kecil dan menengah (UK), terutama sektor industri kecil dan menengah (IKM) di DIY sedang menghadapi ujian yang mahabero sebagai akibat dari gempa bumi

tektonik yang meluluhlantakkan beberapa kabupaten di DIY. Rusaknya sarana produksi dan jaringan kerja serta modal kerja yang dimiliki oleh para pelaku IKM di DIY menyebabkan macetnya kegiatan produksi yang mereka lakukan. Jika kondisi ini dibiarkan, dampak negatif yang ditimbulkan akan semakin besar. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi-solusi praktis dan sederhana yang bisa dilakukan oleh siapa saja sebagai respons terhadap tersendat-sendatnya implementasi program yang dicanangkan oleh pemerintah yang menyebabkan UKM DIY terkatung-katung tanpa kepastian. Potensi budaya, yang mampu memberikan identitas kebersamaan kepada masyarakat Yogyakarta, secara teoretis dapat dimanfaatkan sebagai aset untuk pemulihan UKM dengan mendorong munculnya altruisme ekonomi, yaitu tindakan ekonomis berbasis moral untuk membantu sesamanya yang sedang menderita. Apabila hal ini dapat dilakukan, maka jutaan keluarga di DIY akan berpotensi sebagai pembeli produk-produk UKM sehingga mampu menciptakan *demand* bagi bangkitnya UKM dari keterpurukan.

### Daftar Pustaka

- Sumantri, Bambang Sigap. 2005. "Ditunggu, kebijakan yang memihak UKM", *Kompas*, 18 Oktober.
- Abdullah, Irwan. 1994. *The Muslim Businessmen of Jatinom: Religious Reform and Economic Modernization in a Central Javanese Town*. PhD thesis, University of Amsterdam, Amsterdam.
- Bappenas, et. al. 2006. *Preliminary Damage and Loss Assessment: Yogyakarta and Central Java Disaster*. Jakarta.
- Darmanto, A. 2006. "Membangun ekonomi pascabencana berbasis budaya", *Kompas*, 2 Agustus.
- Dinas Perindagkoptanben DIY. 2006. "Kerusakan industri kecil dan menengah di Propinsi DIY akibat gempa", *Kompas*, 30 Juni, Hlm. H.
- Dinas Perindustrian dan Koperasi Propinsi DIY. 2005. *Potensi Industri Kecil dan Menengah Tahun 2005*. Yogyakarta.
- Purwanto, E. A. 2005. *Ups and Downs in Rural Javanese Industry: The Dynamics of Work and Life of Garment Workers and Their Family*. Yogyakarta: Grha Guru.
- Sandee, H. 1995. *Innovation Adoption in Rural Industry: Technological Change in Roof Tile Clusters in Central Java, Indonesia*. PhD thesis, Free University, Amsterdam.
- Saptari, R. 1995. *Rural Women to the Factories: Continuity and Change in East Java's Kretek Cigarette Industry*. PhD thesis, University of Amsterdam, Amsterdam.
- Scott, J. 1976. *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. New Haven: Yale University Press.
- Simon, H.A. 1993. "Altruism and Economic", *The American Economic Review*, 83(2): 156-161.
- Tim Info Tempo. 2006. "Kabar UKM di lokasi bencana", *Tempo*, 14-20 Agustus.