

## KEMISKINAN DAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH<sup>1</sup>

*N. Dwi Retnandari<sup>2</sup>*

### Abstract

*This paper would like to see the role of UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/Micro, Small and Middle Scale Unit) in tackling poverty. The main superiority of UMKM in tackling poverty is in its ability to create working spaces. UMKM usually developed in the villages and created a new center of economical growth without eliminating the primary sector (agriculture). The developing of UMKM has been impeded since the government failed to understand the nature of UMKM itself. In framing the policies related to the development of UMKM, the government has misassumption the nature of UMKM and the problems they faced. In fact in general the development of UMKM needs a more conducive environment. The step should be taken by the government in this case is to be more convenience in giving the information to UMKM. There should be an effort to increase the demand of the product by UMKM.*

**Keywords:** *working spaces, policy, nature of UMKM*

### Pendahuluan

Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam perekonomian Indonesia sangat besar. Dilihat dari unit usaha, jumlah UMKM pada 2006 mencapai 48,93 juta dan merupakan 99,9 persen dari pelaku usaha yang ada di Indonesia. Dari segi penyediaan lapangan kerja, UMKM mampu menyerap 85.416.493 tenaga kerja atau 96,18 persen dari seluruh tenaga kerja yang ada. Dibandingkan dengan 2005, jumlah UMKM di Indonesia pada 2006 mengalami peningkatan 3,88 persen. Pada 2005 jumlah UMKM adalah 47,10 juta unit usaha. Penyerapan tenaga kerja UMKM pada 2006 juga mengalami peningkatan sebesar 2,62 persen

(2.182.700 orang) dibandingkan dengan 2005 (Lihat Statistik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Tahun II 2005-2006 Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah). Taksiran Hipmi (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) tentang jumlah unit usaha UMKM pada 2006 jauh di bawah perhitungan pemerintah. Menurut Hipmi, di Indonesia terdapat 23 juta unit usaha UMKM (kira-kira 85 persen dari seluruh unit usaha di Indonesia). Terhadap peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap penciptaan PDB dan nilai ekspor, kalkulasi Hipmi hampir sama dengan pemerintah. Menurut Hipmi,

1 Tulisan ini merupakan analisis atas temuan lapangan dari studi Pengentasan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan UMKM, kerjasama PSE-KP UGM, LPEM UI, PSP IPB, dan JICA. Penelitian dilakukan pada 2004 di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim peneliti atas kerja sama dan diskusi yang sangat produktif.

2 Staf peneliti/pengajar di Magister Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada, Magister Studi Kebijakan Universitas Gadjah Mada, dan STIE Malangkuçeçwara Malang.

UMKM menyumbang 90 juta tenaga kerja (99 persen dari tenaga kerja yang ada di Indonesia). Dari segi PDB, kontribusi UMKM adalah 60 persen dari total PDB nasional. Dalam hal ekspor, UMKM menyumbang sekitar 20 persen dari total nilai ekspor nasional (Lihat *Eksekutif, Majalah Bisnis dan Manajemen*, Edisi 325, September 2006). Peranan UMKM juga amat besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lapisan bawah. Oleh karena itu, pengembangan UMKM merupakan langkah konkret yang amat positif dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Namun berbeda dengan negara-negara tetangga, seperti Korea Selatan dan Taiwan, UMKM di Indonesia belum menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi nasional. Selain itu, keterkaitan ekonomis antara UMKM dengan usaha skala besar juga masih sangat rendah (Econit, 2000).

Secara umum, masalah-masalah yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM adalah rendahnya produktivitas, terbatasnya akses kepada sumber daya produktif, rendahnya kualitas kelembagaan dan organisasi, serta kurang kondusifnya iklim usaha. Perkembangan UMKM juga ditandai oleh beberapa ciri yang telah bersifat klasik. Ciri-ciri tersebut adalah permodalan yang terbatas, skala pemasaran yang relatif sempit, manajemen yang tidak teratur, kualitas sumber daya manusia, bahan baku, dan produk yang relatif rendah; serta penggunaan teknologi yang juga rendah. Akan tetapi, masalah utama yang dihadapi oleh UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah masalah yang bersifat struktural, yakni UMKM beroperasi dalam lingkungan dan struktur usaha yang tidak adil dan diskriminatif (Econit, 2000).

### **UMKM dan Penanggulangan Kemiskinan**

Keunggulan utama penanggulangan kemiskinan melalui UMKM adalah kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja (Varma, 1997; Walle, 2000). Pada umumnya kegiatan UMKM bersifat padat tenaga kerja. Kerajinan anyaman, gerabah, kulit, garmen, patung, dan pengolahan bahan

pertanian adalah beberapa contoh kegiatan UMKM yang bersifat padat tenaga kerja. Para pelaku UMKM pun mengakui usaha mereka memiliki peran yang amat signifikan dalam upaya penanggulangan kemiskinan (lihat Tabel 1).

Dalam hal penyerapan tenaga kerja, daya tampung UMKM menjadi lebih besar ketika memperhitungkan tenaga kerja yang berada dalam status subkontrak. Kegiatan produksi UMKM pada umumnya tidak dikerjakan di lokasi tempat pengusaha berada, tetapi sebagian dilakukan di rumah-rumah para pekerja. Pekerjaan yang dilakukan di tempat pengusaha hanya merupakan pekerjaan awal dan akhir saja, sementara pekerjaan pada taraf pertengahan diambil oleh penduduk sekitar untuk dikerjakan di rumah. Misalnya pemotongan kain, pemotongan kulit, dan pembuatan patung adalah beberapa jenis pekerjaan pada tahap awal yang dilakukan oleh pengusaha. Selanjutnya bahan yang telah dipotong diambil oleh penduduk sekitar untuk dijahit (dalam usaha garmen dan tas), dilem atau direkatkan (kerajinan dompet kulit), dan dipernis (patung). Pekerjaan itu dilakukan oleh para pekerja di rumah mereka masing-masing. Inilah yang disebut pekerjaan subkontrak dalam UMKM. Berbeda dengan industri garmen, pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja subkontrak dalam kerajinan anyaman rumput-rumputan justru pekerjaan pada tahap awal. Pekerjaan itu adalah membuat tambang dari rumput-rumputan (*nambang*). Dari kasus di lapangan diperoleh fakta bahwa seorang pengusaha anyaman rumput-rumputan di Kulon Progo dengan omzet sekitar Rp800 juta per tahun mempunyai tenaga subkontrak sekitar 200 KK. Di Bantul, seorang pematung dengan tenaga kerja tetap sekitar 100 orang, pada masa ramai pesanan menyubkontrakkan pekerjaan pada sekitar 100 KK. Di Gresik, seorang pengusaha tas dengan omzet Rp25 juta per bulan mempunyai tenaga subkontrak tidak kurang dari 20 KK.

Pengembangan UMKM yang umumnya berada di wilayah perdesaan atau di daerah pinggiran kota dengan pola subkontrak telah

Tabel 1  
UMKM Berperan dalam Penanggulangan Kemiskinan (%)

UMKM Mengurangi Kemiskinan	Daerah			Total
	D. I. Yogyakarta	Jawa Timur	Sulawesi Selatan	
Ya	90,6	100,0	78,0	89,2
Tidak	6,9	-	10,0	5,8
Tidak Tahu	2,5	-	12,0	5,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber: data primer, diolah.

menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru tanpa harus menggusur sektor primer (pertanian). Kedua sektor ini hidup dan saling melengkapi. Di Pundong, Bantul, kerajinan gerabah telah berhasil menahan sebagian besar tenaga kerja muda di desa karena sebagian besar kegiatan industri kecil di desa dilakukan oleh kaum muda. Pola ini membuat pemilikan lahan pertanian tidak terpecah sebab anak-anak petani tidak ikut masuk sektor pertanian yang lahannya sudah semakin sempit, sebaliknya mereka masuk ke sektor industri (UMKM) tanpa harus meninggalkan desa. Dampaknya kemudian adalah meningkatnya pendapatan, yang selanjutnya meningkatkan pula permintaan penduduk terhadap penyediaan sarana pendidikan. Perkembangan ini terus berlanjut karena sarana sekolah (hingga tingkat SMU) akhirnya tersedia di tempat yang dapat dijangkau tanpa harus meninggalkan desa. Di Sidoarjo dan Gresik dengan produk-produk dari industri tas, dompet, kerupuk, dan garmen juga menunjukkan pola yang sama.

Peran lain UMKM dalam penanggulangan kemiskinan adalah penciptaan wirausaha baru (Walzar and Jacobs, 1998; Sakurai, et.al., 1996). Dalam menjalankan usaha, pengusaha kecil-menengah tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi menolong dan saling kerja sama menjadi ciri yang cukup menonjol. Pekerja tidak semata-mata dijadikan sebagai "pekerja", tetapi juga dididik untuk melakukan pekerjaan seperti yang dijalani oleh pengusaha. Ketika pengusaha sudah merasa yakin pekerja ini mampu mandiri, pekerja ini akan "diusir dari pekerjaan" dan harus berdiri dengan usahanya

sendiri. Cara ini di samping menciptakan lapangan kerja baru juga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Sebagai contoh, ketika seorang bekas karyawan mendapat order besar dan tidak mampu menangani sendiri, orang pertama yang akan diminta bantuannya adalah bekas bosnya. Demikian juga sebaliknya, ketika bekas bos memperoleh order dan tidak sanggup mengerjakannya, orang pertama yang diminta bantuannya adalah bekas anak buahnya. Pola ini selain menjalin kerja sama, juga menjamin kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan.

Selanjutnya, keberadaan UMKM terutama di perdesaan juga mampu membantu orang miskin yang sebenarnya tidak atau belum produktif. Di Kulon Progo, para lansia yang hanya mampu duduk karena tidak mampu lagi pergi ke sawah menjadi produktif kembali dengan berkembangnya UMKM di sekitar rumahnya. Kaum lansia ini mampu membuat tambang tanpa harus meninggalkan kursinya. Begitu pula dengan anak-anak usia sekolah yang sepulang sekolah dapat membantu orang tua menambang atau menjemur tambang. Begitu juga dengan ibu-ibu rumah tangga yang setelah selesai dengan pekerjaan rumahnya dapat mengasuh anak (momong) sambil *nambang*. Demikian juga dengan pekerjaan di perusahaan roti, anak-anak dan orang tua dapat melakukan pekerjaan melipat dos-dos roti. Di industri garmen, ibu rumah tangga dapat mengisi waktu luangnya dengan memasang kancing. Dari kenyataan tersebut, dapat disimpulkan keberadaan UMKM (jenis tertentu) tidak hanya menciptakan peluang kerja bagi si miskin yang produktif dan mau

berusaha, tetapi juga dapat menyerap mereka yang tidak atau belum produktif.<sup>3</sup> Implikasi langsung dari terjadinya penyerapan tenaga kerja adalah adanya pendapatan yang diterima oleh para pekerja. Pekerja di sektor UMKM pada umumnya dibayar berdasarkan jumlah pekerjaan yang berhasil diselesaikan. Pada masa normal seorang penambang tali di Kulon Progo, misalnya, mampu menghasilkan upah Rp10.000,00 per hari. Jika bekerja penuh selama satu bulan, upah yang akan diterima adalah sekitar Rp300.000,00.

### Berbagai Kendala dalam Pengembangan UMKM

Permasalahan UMKM yang ditemukan di lokasi penelitian tidak berbeda dengan masalah-masalah yang telah diungkapkan oleh studi-studi sebelumnya (PSE-KP UGM, 2003; Ditjen Bangdes, 1978; Endang Tjitroresmi, 1995; Esmara, 1990; Griffin, 1996; JICA, 2002; Sadono, 1993; Thomas A, 2000), yaitu permodalan, manajemen, produk, dan pemasaran (lihat Tabel 2). Namun demikian, setelah digali lebih dalam dan intens ditemukan dua persoalan mendasar yang membuat pengembangan UMKM seolah jalan di tempat. Persoalan itu adalah *pertama*, pemahaman atas perilaku para pelaku UMKM yang tidak seluruhnya tepat benar dengan asumsi yang selama ini digunakan. Benar bahwa semua pelaku UMKM bertujuan mencari keuntungan, tetapi cara mencapai tujuan itu yang ditempuh oleh setiap pengusaha berbeda-beda. Oleh karena itu, tulisan ini mencoba mendefinisikan kembali UMKM berdasarkan sifat pengusahanya. *Kedua* adalah persoalan yang

berkaitan dengan teknis pelaksanaan usaha, yaitu modal, manajemen, produk, dan pemasaran. Patut dicatat bahwa persoalan yang bersifat teknis ekonomis ini bukanlah persoalan yang berdiri sendiri, melainkan saling terkait erat dan melekat pada sifat pengusahanya. Selain kedua persoalan itu, persoalan *ketiga* yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM ialah masalah kebijakan (masalah struktural/kelembagaan).

#### a. Watak Pelaku UMKM

Definisi UMKM yang hanya membatasi omzet di bawah Rp1 miliar<sup>4</sup> per tahun membuat UMKM tersegmentasi dalam beberapa kelompok. Dari data di lapangan setidaknya ditemukan dua kelompok pelaku UMKM dengan ciri yang berbeda. Kelompok *pertama* adalah kelompok pelaku UMKM yang sebenarnya lebih tepat menjadi "pekerja" (berwatak "buruh"). Kelompok *kedua* adalah kelompok pelaku UMKM yang berpeluang untuk dikembangkan. Selanjutnya, kelompok kedua dapat dibagi lagi menjadi pelaku UMKM yang berwatak "progresif" dan pelaku UMKM yang berwatak "tidak progresif" (lihat Tabel 3).

Pelaku UMKM dengan ciri sebagai "pekerja" umumnya mempunyai skala usaha kecil walaupun ada yang beromzet Rp5 juta per bulan. Pendidikan pelaku UMKM relatif rendah dan perkembangan usahanya relatif lambat. UMKM ini pada umumnya dikelola dengan sangat sederhana, bahkan seadanya. Modal utama yang dimiliki pengusaha kelompok ini adalah kemampuan untuk membuat produk, sementara kemampuan dalam pengelolaan, seperti manajemen keuangan, bahan baku,

<sup>3</sup> Studi ini bukan menganjurkan anak-anak untuk bekerja, melainkan hendak menunjukkan berkembangnya UMKM dapat membantu anak dari keluarga miskin mampu menolong dirinya sendiri. Pada industri roti di Gresik, misalnya, anak-anak dari panti asuhan dipekerjakan dengan jam kerja setengah orang dewasa, tetapi dengan upah sama dengan orang dewasa.

<sup>4</sup> **Usaha Kecil** adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan sebesar 1 (satu) miliar rupiah atau kurang. Definisi Usaha Menengah sama dengan usaha kecil, hanya berbeda dalam besarnya omzet penjualan, yaitu lebih dari 1 (satu) miliar rupiah (Lihat Statistik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Tahun II 2005-2006, hlm. 1-2). Secara lebih rinci, kriteria usaha kecil a). memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b). memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1 miliar, c). milik WNI, d). berdiri sendiri, dan e). berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi (Bab III, pasal 5, ayat 1, UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil).

**Tabel 2**  
**Persoalan yang Dihadapi UMKM (%)**

Masalah	Daerah			Total
	D. I. Yogyakarta	Jawa Timur	Sulawesi Selatan	
Permodalan	36,6	60,0	57,1	49,7
Penjualan	28,1	13,3	11,1	18,4
Persaingan	15,5	15,5	14,2	15,0
Tenaga kerja	4,3	2,2	6,5	2,4
Lainnya	15,5	8,0	11,1	14,5
Total	100	100	100	100

Sumber: data primer, diolah.

**Tabel 3**  
**Watak Pelaku UMKM (temuan lapangan)**

Pelaku UMKM	Ciri-ciri Umum
1. Berwatak pekerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- skala usaha kecil (&lt; Rp5 juta)</li> <li>- pendidikan relatif rendah</li> <li>- perkembangan usaha relatif lambat</li> <li>- berperilaku seperti buruh, sulit untuk dikembangkan</li> </ul>
2. Berwatak pengusaha ( <i>entrepreneur</i> )	memiliki peluang untuk dikembangkan
2.1. Tidak progresif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- skala usaha Rp1 juta – Rp10 juta</li> <li>- tidak ambisius, tidak mau ambil risiko</li> <li>- bekerja keras, tetapi tidak berani ambil risiko (mementingkan keamanan usaha)</li> <li>- perkembangan usaha relatif tidak cepat</li> <li>- tidak mudah menerima pengaruh dari luar</li> </ul>
2.2. Progresif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bekerja keras mengelola usahanya dengan tujuan agar berkembang cepat</li> <li>- berani mengambil risiko, tetapi dengan perhitungan yang matang</li> <li>- pengelolaan usaha relatif tertib</li> <li>- stimulus dari luar ditangkap dan direspons dengan cepat</li> <li>- terus belajar dan berkembang dengan cepat</li> </ul>

Sumber: diolah dari temuan lapangan

maupun pemasaran dan permodalan sangat lemah. Pengusaha semacam ini tidak mengetahui dengan pasti apa sebenarnya masalah yang dihadapi. Dalam pandangan mereka semua dianggap sulit, kecuali memproduksi barang. Pelaku UMKM berwatak “pekerja” semacam ini menuntut pemerintah atau pihak lain membantu mereka mencari pembeli, menyediakan bahan baku, dan menyediakan pemasaran. Pelaku UMKM ini

lebih tepat menjadi pekerja di bidang yang ditekuninya daripada menjadi pengusaha sebab kemampuan mereka hanya membuat atau memproduksi selebihnya mereka menghendaki pihak lain yang melakukannya.

Berikut adalah tentang pelaku UMKM berwatak “tidak progresif”. Skala usaha kelompok ini sangat bervariasi mulai dari Rp1 juta hingga Rp10 juta per bulan. Kelompok ini, dalam menjalankan usaha, tidak ambisius dan

tidak mau mengambil risiko yang dirasakan membebani. Mereka bekerja keras dalam mengelola usahanya, mulai dari mencari bahan baku (yang murah), memproduksi barang sebaik-baiknya, mencari peluang pasar, mengelola keuangan, dan memikirkan kelangsungan hidup usahanya, tetapi dengan cara yang aman atau tidak menantang risiko. Perkembangan usaha yang relatif tidak cepat adalah ciri khas UMKM kelompok ini, tetapi mereka juga memiliki daya tahan yang bagus. Hal ini terkait dengan modal yang sepenuhnya dipenuhi dari perputaran usaha dan pemasaran produk yang aman. Sikap mementingkan keamanan usaha dan menghindari risiko dilatarbelakangi oleh pendidikan pelaku usaha yang rata-rata rendah. Pelaku UMKM kelompok ini tidak mudah menerima pengaruh dari luar. Mereka hanya akan merespons stimulus yang diberikan jika mereka menilai kegiatan itu aman dan tidak membebani pemikirannya, yang akhirnya akan berdampak pada kebangkrutan usaha.

Kelompok pelaku UMKM yang berwatak "progresif" bekerja keras mengelola usahanya dengan tujuan usahanya berkembang cepat dan mudah dikendalikan. Untuk mencapai tujuan itu, mereka berani mengambil risiko selama perhitungan di atas kertas masih menjanjikan masa depan yang lebih baik. Mereka berusaha mencari tambahan modal dengan berbagai cara yang memungkinkan dan menciptakan peluang pasar secara berani. Stimulus dari luar pun mereka tangkap dan respons secara cepat. Konsekuensi logis dari langkah itu adalah pengelolaan usaha yang lebih tertib dan teratur. Tanpa bosan-bosannya mereka juga terus mencari bantuan (bimbingan atas segala aspek yang terkait dengan usaha). Terus belajar dan berkembang cepat merupakan ciri yang menonjol dari kelompok ini.

### **1. Aspek Perkembangan Usaha**

Dari segi perkembangan usaha, pengusaha yang bersifat "tidak progresif" akan mengatasi segala persoalan internalnya dengan gigih, namun cara yang dipilih adalah yang dianggap tidak berisiko. Dalam hal permodalan, mereka

tidak akan mengambil jalan meminjam, apalagi kepada lembaga keuangan, seperti bank. Meskipun sangat lambat berkembang, mereka lebih memilih mengatasi masalah modal dengan kemampuan sendiri. Mereka tidak ingin menciptakan kesulitan bagi dirinya sendiri. Mereka lebih suka berjalan pelan, tetapi aman. Pelaku UMKM kelompok ini menyadari betul penjualan produknya tidak rutin, sementara angsuran kepada lembaga keuangan bersifat rutin. Kondisi ini menimbulkan beban tersendiri yang akan berdampak pada kemampuan mereka mengelola produksi. Oleh karena itu, mereka memilih yang tidak berisiko. Demikian pula dalam masalah pemasaran, mereka merasa tidak perlu memikirkan cara pemasaran yang lebih baik (misalnya dalam hal kualitas produksi, merek, dan pasar yang baru). Mereka beranggapan apabila dengan cara yang sudah berjalan tidak ada masalah, mengapa harus memikirkan cara-cara pemasaran yang rumit dan berada di luar jangkauannya. Manajemen secara umum (perencanaan, administrasi standar, dan sebagainya) tidak dipikirkan secara lebih serius. Dengan manajemen sederhana sebagaimana yang dilakukannya selama ini, semuanya sudah berjalan baik. Dengan pola pemikiran demikian, pelaku UMKM kelompok ini pada umumnya juga mampu berkembang, tetapi dengan proses yang sangat lamban.

Sebagai gambaran adalah seorang pengusaha dompet yang hanya lulus SD. Setelah menjalankan bisnis dompet selama sepuluh tahun, modalnya yang semula berjumlah Rp1 juta telah berkembang dan menghasilkan omzet lebih dari Rp15 juta per bulan. Di samping itu, ia mampu menyekolahkan kedua anaknya di perguruan tinggi swasta, memiliki rumah yang layak ( $\pm 500 \text{ m}^2$ ), dan saat ini usahanya dapat menghidupi sekitar 10 KK di sekitarnya. Dari bisnis dompet pula sejak setahun lalu istrinya dapat membuka warung kelontong dengan omzet tidak kurang dari Rp10 juta per bulan.

Kelompok pelaku UMKM yang berwatak "progresif" akan mengatasi persoalan internal mereka secara lebih aktif. Mereka akan berusaha mencari modal tidak hanya kepada

keluarga atau menjual barang simpanan, tetapi berani mengambil risiko untuk mengambil modal dari lembaga keuangan (perbankan). Akibatnya, mereka juga harus progresif untuk menciptakan peluang pasar sendiri, aktif ikut pameran-pameran, dan berusaha membangun jaringan usaha melalui relasi yang dimiliki di berbagai tempat. Konsekuensi dari pengelolaan pinjaman adalah pengelolaan keuangan yang lebih baik. Kelompok ini, bahkan akan mencari bantuan atau belajar dari pihak lain untuk mengelola usahanya, dalam pengertian membantu membuat perencanaan bahan baku sampai pada pemasaran. Pelaku UMKM kelompok progresif adalah mereka yang bersedia mengambil risiko untuk pengembangan usahanya. Berdasarkan data dari lapangan, jumlah kelompok ini tidak lebih dari 30 persen.

#### **b. Kendala Teknis-Ekonomis**

##### **1. Modal Awal**

1. Bahan baku. UMKM yang menghasilkan produk barang umumnya mengolah bahan-bahan pertanian sebagai bahan baku, seperti serat alam untuk industri anyaman, rempah-rempah untuk industri jamu, kulit binatang untuk kerajinan kulit, dan ikan untuk industri kerupuk. Persoalan utama bahan baku adalah ketersediaannya yang tidak kontinu. Hal ini terkait dengan lemahnya proses produksi bahan baku tersebut, misalnya penyediaan serat alam memerlukan proses pengeringan yang cukup lama, sementara mesin pengering belum dimanfaatkan sehingga pengeringan sangat tergantung pada kondisi cuaca dan cara penyimpanan. Jika dua variabel ini tidak berjalan dengan baik, kualitas dan kuantitas bahan baku yang dihasilkan menjadi buruk. Demikian pula dengan pengadaan bahan baku kulit yang semakin sulit. Hal ini dapat terjadi karena kulit berkualitas bagus diekspor, sedangkan untuk memenuhi kebutuhan produksi lokal didatangkan bahan baku kulit berkualitas rendah dari negara lain. Akibatnya, kualitas dan kuantitas bahan baku kulit juga memburuk. Hal yang sama dialami oleh produsen petis, kerupuk, jamu, dan rebana.

Bahan baku yang terbatas ini harus dibayar kontan oleh pengusaha, bahkan ada yang harus dibayar di depan untuk menjamin pasokan.

2. Manajemen. Kemampuan pengelolaan usaha umumnya rendah. Pada saat mengambil keputusan berproduksi, pelaku UMKM pada umumnya tidak memikirkan bagaimana ciri khas produknya, bagaimana atau ke mana produk harus dijual, bagaimana memperkenalkan produknya kepada konsumen, dan sebagainya. Tidak dilakukannya manajemen perencanaan yang teliti terkait dengan tidak dilakukannya dua hal berikut, yaitu ketidaktahuan mereka bahwa persoalan-persoalan itu harus dipikirkan dan mereka hanya melihat jika orang lain membuat dan ada yang membeli, maka produk mereka pun akan terjual. Di samping itu, ada dugaan pelaku UMKM tidak memikirkan masalah manajemen karena ketidakmampuan mereka memikirkan segala persoalan itu sendiri. Latar belakang pendidikan dan pengalaman yang terbatas mengakibatkan rendahnya kemampuan mereka memikirkan hal-hal yang relatif abstrak.

##### **2. Produk dan Pemasaran**

Segala keterbatasan pada modal awal membawa persoalan pada produk, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Produk yang dihasilkan tiap-tiap pengusaha umumnya identik dan biasanya dijual tanpa merek, bahkan tanpa kemasan yang memadai. Produk seperti ini biasa disebut "produk putihan". Kasus ini banyak dijumpai pada produk-produk UMKM pengolah bahan pertanian, seperti kerupuk, petis, tempe, dan tahu. Produk putihan lain adalah produk sarung tenun ATBM, garmen, dan tas kualitas rendah. Masalah lain berkaitan dengan produk adalah produk dengan "merek tembakan", yakni produk dengan merek terkenal tanpa ada lisensi dari pemiliknya. Contoh produk tembakan terbesar adalah tas dan dompet yang diproduksi di sentra industri tas di Tanggul Angin (Sidoarjo). Sebagian besar produk Tanggul Angin bermerek tembak, seperti *YSL* dan *Gucci*.

Alasan utama pengusaha UMKM memproduksi produk putihan adalah mengapa harus menghasilkan produk yang sulit jika dengan menghasilkan produk tanpa merek dan tanpa kemasan yang memadai mereka sudah memperoleh konsumen dan keuntungan yang lumayan. Pengusaha tidak mau memikirkan pengemasan ataupun pemberian merek pada produknya sebab kemampuan untuk itu memang tidak dimiliki. Alasan lainnya adalah jika mereka membuat merek sendiri, diperlukan waktu lama untuk memperkenalkan produknya dan itu artinya biaya promosi yang sangat tinggi. Kelemahan dalam memperkenalkan produk itu akhirnya membawa dampak pada tidak lakunya barang. Alasan yang sama dikemukakan oleh pengrajin dompet dan tas yang menggunakan merek tembak.

Persoalan produk lainnya adalah kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan pasar dalam jumlah banyak. Pada masa-masa tertentu permintaan produk UMKM begitu tinggi, misalnya ada pesanan mendadak dalam jumlah besar. Pada saat seperti ini UMKM sering kali tidak mampu memenuhinya. Ketidakmampuan UMKM dalam memenuhi pesanan itu disebabkan oleh lemahnya modal awal yang dimiliki. Masalah ini banyak dijumpai pada industri anyaman serat alam.

Produk-produk yang bermasalah tersebut selanjutnya dijual kepada tengkulak atau perusahaan pengepakan (kargo) atau pengusaha besar (grosir). Semua jenis produk dapat melewati tengkulak, tetapi perusahaan (yang umumnya berada di kota lain) hanya menerima produk putihan dan setengah jadi. Produk putihan itu selanjutnya dikemas dan diberi merek dagang si pengepak. Akibatnya, konsumen ataupun pengambil kebijakan tidak pernah mengetahui produsen yang sesungguhnya. Masalah ini selanjutnya dapat menghalangi jalan investasi pada sektor terkait sebab pengambil kebijakan tidak mengetahui potensi sesungguhnya yang dimiliki. Kasus ini banyak menimpa industri kerupuk yang diproduksi di Gresik, tetapi akhirnya berubah menjadi "kerupuk Sidoarjo" karena pengemasannya dilakukan oleh perusahaan

pengepakan di Sidoarjo. Kondisi ini juga terjadi pada kasus industri anyaman dan gerabah Kulon Progo, yang menjadi produk Bantul atau Yogyakarta. Selanjutnya, pengumpul atau pengepak ini akan mengeksport produk-produk itu karena sebagian besar dari mereka adalah eksportir.

Pada kasus barang jadi, seperti tas dan dompet, barang dagangan itu pada umumnya ditampung pedagang besar (grosir). Grosir tidak hanya menampung satu produk, tetapi menampung produk-produk sejenis dari banyak produsen. Di tangan grosir, produk-produk itu saling bersaing, antara barang berkualitas bagus dan kualitas di bawahnya, antara model satu dan lainnya. Produk yang tidak mampu bersaing akan menumpuk dan kondisi ini berdampak buruk pada produsen sebab sebagian besar pedagang perantara ini hanya akan membayar produsen jika produknya laku.

Pola pemasaran yang tidak dikuasai produsen itu masih harus ditambah dengan persoalan lainnya, yaitu lemahnya promosi, tingginya tingkat persaingan antarsesama pengusaha UMKM, dan lemahnya permintaan. Umumnya pedagang perantara tidak melakukan promosi untuk penjualan produknya. Alasan utama adalah tingginya biaya yang harus dikeluarkan, padahal tanpa promosi pun mereka telah mampu memutar modalnya dengan baik dan menghasilkan keuntungan yang cukup. Alasan ini pula yang menjadi dasar ketika pedagang perantara ini tidak melakukan upaya untuk memperluas pasar.

### **3. Permodalan**

Tidak adanya promosi, lemahnya upaya memperluas pasar, dan persaingan berdampak pada lemahnya permintaan. Persoalan-persoalan itu menekan permodalan produsen sebab seretnya permintaan berarti seretnya pembayaran. Pada sisi lain, produsen harus membayar kontan bahan baku dan input lainnya (misalnya upah tenaga kerja). Itulah sebabnya pelaku UMKM menyatakan diperlukan modal 2 hingga 3 kali lipat agar usaha mereka berjalan lancar. Persoalan-persoalan ini selanjutnya berpengaruh kepada kelangsungan usaha.

Namun, cepat tidaknya perkembangan usaha sejatinya dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu bagaimana sikap pengusaha, kebijakan pemerintah, dan institusi pendukung di sekitarnya.

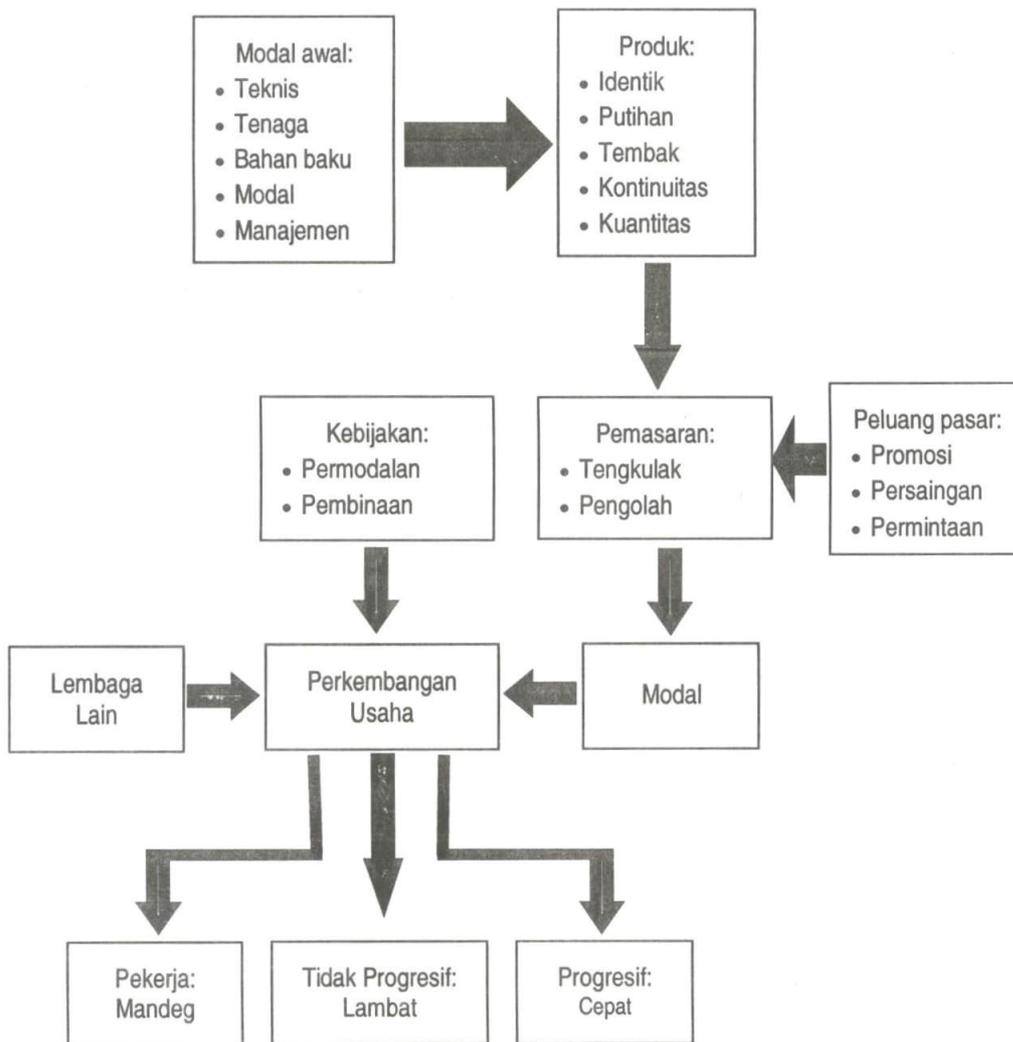
**4. Lingkaran Setan Pengembangan UMKM**

UMKM dengan ciri-ciri lemah dari segi modal, manajemen, bahan baku yang tidak kontinu, dan kemampuan teknis seadanya akan menghasilkan produk yang bermasalah, baik secara kualitas maupun kuantitas. Produk bermasalah itu dijual kepada tengkulak atau pengepul dengan sistem kredit (baru dibayar jika produk telah terjual). Masalah ini masih ditambah dengan persoalan yang bersifat

eksternal, seperti rendahnya permintaan. Akibatnya, perputaran modal menjadi lambat dan kelangsungan usaha terancam. Lebih jauh, perkembangan UMKM juga amat tergantung pada sikap dan cara pengusaha merespons persoalan yang dihadapinya.

Pelaku UMKM yang berwatak “progresif” akan menghasilkan UMKM yang berkembang relatif cepat. Sementara itu, pada pelaku yang “tidak progresif”, UMKM akan tetap hidup, tetapi berkembang lambat. Pelaku usaha berwatak “pekerja” akan menghasilkan UMKM yang cenderung jalan di tempat. Keterkaitan berbagai persoalan yang melingkupi perkembangan UMKM dapat dilihat pada Gambar 1.

**Gambar 1**  
Keterkaitan Berbagai Masalah yang Melingkupi UMKM



Sumber: data primer, diolah.

Dilihat dari sejarahnya, hampir semua pelaku UMKM yang menjadi subjek studi ternyata dalam melakukan pemilihan jenis produk adalah atas dasar pengalaman dan pengamatan setelah melihat orang lain membuat produk yang sama. Kemampuan teknis (yang pada umumnya rendah) ditambah modal finansial yang terbatas, bahan baku yang bermasalah, kemampuan tenaga kerja yang rendah, dan kemampuan manajemen ala kadarnya menjadi modal awal menciptakan produk. Akibatnya, produk yang dihasilkan pun bermasalah, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Selanjutnya, persoalan produk menjadi semakin rumit ketika berhadapan dengan persoalan pemasaran yang tidak pernah dipikirkan sebelumnya. Terciptalah lingkaran setan sebab masalah-masalah itu akan terus berputar kembali dan menentukan maju mundurnya usaha yang dijalani UMKM.

### **c. Kendala Kelembagaan/Struktural**

Persoalan-persoalan UMKM yang demikian kompleks diatasi oleh berbagai kebijakan yang sebagian besar bersifat parsial (Steven, 1999). Bantuan permodalan telah diberikan sejak Pelita II melalui berbagai skema, mulai dari bank konvensional sampai membentuk lembaga baru dan kelompok-kelompok sosial. Namun demikian, dari tahun ke tahun permasalahan yang mencuat tidak berbeda. Kurangnya informasi, prosedur yang tidak dipahami, bunga yang terlalu tinggi, dan persyaratan atau agunan yang dirasa berat adalah persoalan yang selalu muncul berkaitan dengan persoalan permodalan.

Pembinaan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan lebih banyak bersifat proyek. Tidak ada perencanaan atas apa yang dibina, siapa pembinanya, dan bagaimana melakukannya. Program pembinaan berlangsung ketika ada proyek dan pada saat proyek berakhir, pembinaan pun berhenti. Akhirnya, dijumpai berbagai masalah dalam pembinaan seperti berikut ini.

a. *Pembinaan tumpang tindih.* Di Sidoarjo ditemukan pembinaan di suatu wilayah dilakukan oleh beberapa instansi yang berbeda, tetapi materi yang diberikan sama

(bahkan bahan saling meminjam) dengan kelompok sasaran yang sama. Pembina melakukan cara ini karena keterbatasan dana dan pembina juga tidak merasa memperoleh insentif ketika mereka melakukan pembinaan yang lebih baik.

b. *Kelompok sasaran yang dibina lebih menguasai materi pembinaan daripada pembinanya.* Hal ini sering terjadi ketika dilakukan pembinaan dalam aspek teknis. Sebagaimana yang terjadi di Gresik saat dilakukan pembinaan cara pembuatan petis. Ketika ada peserta yang menanyakan bagaimana agar dapat dihasilkan petis yang awet, pembina mengatakan petis akan menjadi awet jika diberi gula yang banyak. Jawaban ini sama sekali bukan solusi yang tepat sebab peserta mengetahui dengan pasti jika saran itu dilakukan rasa petis akan berubah dan pengrajin harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk produknya.

c. *Kelompok sasaran bukan orang yang tepat.* Pada kasus di Kulon Progo, sekelompok pemuda dilatih keterampilan perbengkelan dengan tujuan menciptakan lapangan kerja. Selama masa pelatihan (yang cukup panjang dan tidak setiap hari), kelompok ini diberi modal berupa mesin kompresor dan peralatan perbengkelan lain. Ternyata sebelum masa pelatihan berakhir peserta sudah habis dan peralatan pun lenyap tidak tentu rimbanya.

Akibat dari persoalan-persoalan itu, pembinaan hampir tidak pernah membawa manfaat bagi pelaku UMKM. Di samping itu, tindak lanjut dari pembinaan tidak pernah ada sehingga pembinaan memang benar-benar hanya kegiatan sepotong-sepotong yang tidak ada hubungannya dengan masalah UMKM yang sesungguhnya. Itulah sebabnya masyarakat enggan merespons segala bentuk pembinaan.

Program pendampingan saat ini telah diakui sebagai program yang perlu diadopsi oleh pemerintah yang terbukti dari dibentuknya *Business Development Service* (BDS) di seluruh Indonesia. Idealnya, BDS ini menjadi fasilitator segala hal yang diperlukan UMKM dan

menjadi pendamping yang lebih intens agar UMKM mampu berkembang optimal. Namun demikian, di lapangan dijumpai beberapa masalah sebagai berikut.

1. Masa kerja BDS adalah 1 tahun dan waktu itu adalah waktu yang pendek untuk mendampingi UMKM dengan masalah yang demikian kompleks. Persoalan UMKM tidak hanya sekadar kekurangan modal ataupun kesulitan pemasaran, tetapi pada sikap UMKM dalam menjalankan usahanya. Mengubah perilaku agar menjadi lebih terbuka, berwawasan luas, dan tidak mudah puas memerlukan pendampingan yang cukup lama.
2. Tidak semua BDS yang ditunjuk memiliki kemampuan untuk menjadi pendamping masyarakat (UMKM). Masalah ini muncul karena pemilihan BDS didasarkan pada proposal yang dikirim oleh LSM. Kelemahan dari pemilihan proposal ini adalah ada lembaga yang mampu membuat proposal yang bagus, tetapi tidak mempunyai pengalaman dalam pendampingan. Sebaliknya, ada lembaga yang mempunyai pengalaman pendampingan, namun tidak dapat membuat proposal yang bagus. Akibatnya yang sangat mungkin adalah yang terpilih menjadi BDS adalah mereka yang sebenarnya tidak memiliki pengalaman pendampingan.

Pembentukan Lingkungan Industri Kecil (LIK) yang bertujuan agar pembinaan UMKM menjadi lebih intensif dan menyeluruh ternyata lebih banyak menuai kegagalan ketimbang keberhasilan. Tidak sedikit LIK yang kemudian hanya menjadi bangunan kosong tanpa penghuni. Ada berbagai persoalan yang menjadi penyebab gagalnya pembentukan LIK dan yang terpenting adalah kegagalan pemerintah dalam memahami UMKM. Memindahkan kegiatan UMKM ke LIK sama dengan mencabut tanaman yang telah tua dari akarnya yang berakibat tanaman itu pasti mati. UMKM pada dasarnya melekat dengan kegiatan sehari-hari masyarakat sehingga ketika kegiatan itu dipindahkan, maka kegiatan sehari-hari pun

terganggu dan kondisi ini dengan sendirinya mengganggu kelangsungan hidup UMKM.

Untuk merespons kegagalan itu, dibentuklah Desa Sentra Industri. Langkah ini adalah pendekatan yang lebih dapat diterima oleh masyarakat. Pemerintah tidak perlu melakukan relokasi usaha, tetapi cukup memberi sarana dan prasarana yang diperlukan untuk pengembangan UMKM di tempat UMKM itu hidup. Tugas pemerintah, antara lain, adalah membuat papan penunjuk, membuat sarana jalan dan komunikasi, dan membuat sarana promosi agar tercipta suatu desa sentra industri. Telah banyak desa sentra industri yang cukup berkembang dengan cara ini. Bantul dengan Desa Kasongannya, desa kulit, desa emping, dan sebagainya. Sidoarjo dengan desa industri tas, desa industri kerupuk, desa industri sepatu, dan sebagainya. Gresik dengan desa kerupuknya, desa garmen, desa tas, dan desa petisnya. Desa-desa yang disebutkan terakhir itu adalah beberapa contoh desa yang dipromosikan sebagai sentra industri dan berhasil berkembang hingga saat ini.

Program promosi juga sering dilakukan oleh pemerintah, misalnya mengadakan pameran untuk produk UMKM. Namun, program ini belum dapat diakses oleh sebagian besar UMKM karena terbatasnya tempat dan tingginya biaya yang harus dikeluarkan untuk mengikuti ajang-ajang semacam ini. Di samping itu, informasi tentang berbagai kegiatan promosi itu juga tidak mudah diakses oleh pelaku UMKM.

## **Penutup**

Dari uraian di atas terbukti secara gamblang kemacetan pengembangan UMKM terletak pada gagalnya pemerintah memahami sifat dan perilaku UMKM. Dalam menyusun kebijakan berkaitan dengan pengembangan UMKM, pemerintah meyakini asumsi semua UMKM bersifat progresif dan masalah yang dihadapi itu berdiri sendiri. Pemahaman semacam inilah yang selama ini menjadi dasar pengambilan kebijakan, padahal UMKM dengan sifat semacam ini jumlahnya relatif terbatas. Selain itu, nyaris segala masalah yang muncul di

permukaan terkait erat dengan perilaku atau watak dasar pengusaha yang bersangkutan. Sebagian UMKM ternyata mengambil sikap menghindari risiko sehingga walaupun mereka mempunyai masalah permodalan dan pemerintah menyediakan modal dalam jumlah besar, UMKM tidak progresif belum tentu mau mengaksesnya. Demikian juga halnya yang terjadi ketika pelaku UMKM berusaha mengatasi masalah produk, pemasaran maupun manajemen. Oleh karena itu, untuk memecahkan persoalan kemacetan pengembangan UMKM, diperlukan upaya yang sungguh-sungguh dalam memahami persoalan yang saling terkait itu sehingga hakekat dari masalahnya dapat terungkap.

## Implikasi Kebijakan

### a. Strategi Umum

Secara makro pengembangan UMKM memerlukan iklim usaha yang kondusif. Transparansi dan kemudahan informasi serta upaya meningkatkan permintaan atas produk UMKM adalah langkah makro yang seharusnya ditempuh. Informasi mengenai berbagai hal yang terkait dengan pengembangan UMKM harus tersedia secara cukup dan mudah diakses oleh pelaku UMKM. Informasi mengenai permodalan, ajang promosi, perizinan, perpajakan, proses ekspor, dan pusat-pusat pelatihan adalah beberapa informasi yang akan mendukung kelancaran usaha UMKM. Informasi itu haruslah lengkap mulai dari bagaimana, di mana, apa syaratnya, berapa biayanya, berapa lama waktu yang diperlukan, apa risiko dan keuntungannya, serta instansi mana yang harus dihubungi. Informasi ini akan menjadi stimulus bagi semua pelaku UMKM, baik yang progresif maupun yang tidak progresif.

### b. Strategi Khusus: Pelajaran dari Lapangan

Secara khusus terdapat pelajaran yang dapat diambil dari lapangan. Mengatasi persoalan pengusaha yang mempunyai watak sebagai "pekerja" adalah dengan menjadikan mereka sebagai pekerja. Lingkungan Industri Kecil (LIK) dalam binaan Kelompok Petro di Gresik

merupakan sebuah contoh. LIK Grup Petro menyediakan tempat bagi UMKM untuk menjalankan usahanya. UMKM yang masuk dalam LIK binaan Petro Grup dapat mandiri atau menjadi binaan penuh Petro. Jika UMKM memilih mandiri, maka tujuan masuk LIK adalah untuk mendapatkan fasilitas tempat usaha dengan sarana dan prasarannya, mulai dari tempat usaha sampai promosi. UMKM yang menjadi binaan penuh akan menjadi anggota koperasi yang dibentuk di LIK Petro. UMKM ini tidak perlu memikirkan mencari order, menjual barang ataupun mencari tambahan modal. UMKM binaan penuh ini mendapat order dari pihak Petro. UMKM binaan penuh ini pada umumnya memproduksi barang yang memang diperlukan oleh kelompok Petro, misalnya seragam, kertas, peralatan kantor ataupun meja kursi. Jika kekurangan modal, maka mereka dapat meminjam dari koperasi yang tersedia. Yang harus dilakukan oleh UMKM binaan ini hanyalah mencari bahan baku murah dan melakukan proses produksi sesuai pesanan Petro.

Mengatasi persoalan *UMKM* yang "tidak progresif" adalah dengan melakukan pembinaan dan pendampingan secara intensif. Kasus yang terjadi di Sidoarjo, Gresik, dan Bantul menunjukkan UMKM yang tadinya bersikap takut mengambil risiko dan mudah puas menjadi lebih berwawasan luas setelah didampingi oleh LSM (Gresik dan Bantul) dan BDS (Sidoarjo). Pendampingan mempunyai tugas ganda, yakni ke luar pendamping harus mampu menjadi penghubung atau mediator antara UMKM dengan pihak terkait, baik lembaga keuangan (masalah permodalan), pemerintah (aspek kebijakan), dan konsumen (aspek pemasaran). Sementara itu, ke dalam pendamping melakukan pembinaan dalam meningkatkan cara mengelola usaha agar lebih baik. UMKM didampingi dalam melakukan perencanaan produk, menciptakan produk dengan ciri khusus, melihat peluang pasar, merapikan pembukuan sampai pada pengelolaan keuangan. Pendamping yang dijumpai di ketiga kota mempunyai cara unik untuk "memaksa" UMKM melakukan perubahan itu. UMKM selalu

mengatakan masalah paling berat yang dihadapi adalah masalah modal, maka pendamping menyanggupi dan merealisasikan kesanggupannya. Karena pendamping mengetahui ke mana mengakses modal ini, kelompok mereka akan dipinjami modal dengan bunga murah dengan syarat mereka mau melakukan perubahan pola pengelolaan usahanya. Dengan cara ini ternyata pendamping berhasil mengubah perilaku pengusaha yang cepat puas dan tidak mau mengambil risiko menjadi berwawasan lebih luas. Pengusaha mulai mampu melihat bahwa jika usahanya dikelola dengan perencanaan yang lebih baik, maka persoalan modal, produk maupun pemasaran dapat diatasi sehingga kelangsungan usahanya akan menjadi lebih terjamin.

Menjembatani kesenjangan antara pelaku UMKM yang berwatak "progresif" dengan lembaga keuangan, kelompok UMKM di Maros mempunyai cara yang patut ditiru. Ketika UMKM menerima order dan ia tidak memiliki modal untuk melayani order itu, maka kelompok UMKM akan mengambil peran untuk menjembatani. Lembaga perantara ini akan mempertemukan pembeli dengan lembaga keuangan. Pertemuan ini bertujuan meyakinkan lembaga keuangan (disertai bukti-bukti otentik) bahwa UMKM yang bersangkutan pantas untuk dibiayai dan dibantu pengembangannya. Dengan cara ini ternyata kesenjangan antara UMKM dan lembaga keuangan terjembatani.

### **Daftar Pustaka**

- Anonim. 2006. "Sandiaga Uno: persoalan UKM bukan di modal tapi di orang". Wawancara. Eksekutif, *Majalah Bisnis dan Manajemen*, Edisi 325, halaman 18-26. September.
- Econit. 2000. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Econit Advisory Group. Laporan tidak diterbitkan.
- Esmara, Hendra. 1990. *Industri Kecil dan Lingkungan Kebudayaan: Pengalaman Sumatera Barat dan Industrialisasi Pedesaan*. Jakarta: Pusat Studi Pembangunan Lembaga Penelitian IPB dan ISEI cabang Jakarta.
- Griffin, Keith. 1996. "Domestic policy in developing countries and their effects on employment, income inequality and poverty" in Keith Griffin, *Studies in Globalization and Economic Transformation*. Macmillan.
- Kantor Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. *Statistik Usaha Kecil dan Menengah(UKM) Tahun II 2005-2006*. Jakarta.
- PSE-KP UGM. 2003. *Dampak Pola Pembiayaan Usaha Skala Mikro terhadap Kinerja Bank dan Nasabah*. Yogyakarta.
- Sadono, Setyawan. 1993. *Upaya Pengentasan Kemiskinan Pedesaan di Kabupaten Daerah Tingkat II Sukoharjo dengan Pengembangan Badan Kredit Desa*.
- Sakurai, N., et. al. 1996. *The Impact of R & D and Tecnology and Economics*. London: Cambrige University Press.
- Thomas, A. Timberg. 2000. *Small and Micro-Entrepreneurship(SME)-Without the Kredit Usaha Kecil(KUK) Loan Program*. Jakarta: Partnership for Economic Growth, Bank Indonesia.
- Tjitroresmi, Endang. 1995. *Studi Kasus Industri Kecil Mebel di Kalimantan Selatan dan Nusa Tenggara Barat dalam Penyerapan Tenaga Kerja pada Industri Kecil di Pedesaan*. Jakarta: Puslitbang Ekonomi dan Pembangunan LIPI.
- Undang Undang RI No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- Varma, A. 1997. "Labour, labour markets and the economic integration of nation", in C Carnpbell(ed.), *Regionalization and Labour Market Interdependence in East and South Asia*. Geneva: International Institute for Labour Studies, ILO.

Walle, D. 2000. Are Returns to Investment Lower for the Poor? Human and Physical Capital Interaction in Rural Vietnam, Working paper 2425, World Bank.

Walzar, N. and B Jacobs. 1998. *Public Private Partnership for Local Economic Development*. Westview Praeges.