

PERAN SEKTOR JASA DALAM MENDORONG PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

(Catatan hasil pertemuan APEC SOM 1 & *Related Meetings*, Maret 2011, Washington DC, AS)

(Sigit Setiawan)

Pertemuan-pertemuan APEC sepanjang tahun 2011 menjadi rangkaian pertemuan terbesar yang diselenggarakan oleh Amerika Serikat pada tahun tersebut. Seiring dengan upaya dunia untuk secara bersama-sama bangkit dari keterpurukan ekonomi akibat krisis ekonomi global tahun 2008, APEC mengangkat agenda pokok *“new strategy for jobs and growth”* untuk dibahas dalam rangkaian pertemuan APEC sepanjang tahun 2011. Pembahasan strategi baru pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja diharapkan dapat menjadi jalan keluar bagi permasalahan ekonomi yang tengah dihadapi di banyak negara di dunia, khususnya para ekonomi APEC, baik bagi generasi saat ini maupun generasi mendatang.

Terdapat dua fokus dalam pembahasan strategi baru tersebut, yakni (i) perluasan perdagangan dan investasi, dan (ii) penciptaan pertumbuhan berkualitas. Pengembangan UKM menjadi isu sentral dalam fokus kedua, yakni penciptaan pertumbuhan berkualitas. Dalam pertemuan SOM 1, isu pengembangan UKM dibahas dalam berbagai pertemuan *working group* dan seminar APEC. *Group on Services* (GOS) termasuk dalam *working group* yang membahas isu pengembangan UKM dalam pertemuannya. Selain itu, GOS juga mengagendakan penyelenggaraan seminar khusus terkait peran sektor jasa dalam mendorong UKM dengan mengangkat tema *“Addressing Business Constraints of UKM through Services”* pada tanggal 2 Maret 2011.

Seminar yang berlangsung selama satu hari tersebut dibagi atas empat sesi. Sesi pertama mengawali kegiatan seminar dengan memberikan pemahaman atas peran sektor jasa secara umum dalam pengembangan UKM. Selanjutnya dalam tiga sesi berikutnya

disajikan paparan spesifik peran sektoral sektor jasa yang merupakan urat nadi aktivitas ekonomi (*backbone services*) yaitu (1) jasa logistik, (2) jasa teknologi informasi dan komunikasi, dan (3) jasa keuangan, dalam pengembangan UKM. Para penyaji dan panelis dalam seminar berasal dari internal APEC dan kalangan swasta. Dari internal APEC diwakili oleh *APEC Policy Support Unit* (PSU) dan *Pacific Economic Cooperation Council* (PECC), sedangkan beberapa perusahaan dunia bertindak sebagai penyaji yang mewakili kalangan swasta yang berkecimpung di sektor *backbone services* dan telah berkontribusi dalam mendorong pengembangan UKM.

Gambaran Umum Peran Sektor Jasa dalam Pengembangan UKM

APEC merupakan forum utama di kawasan Asia Pasifik yang didirikan pada tahun 1989 dan kini beranggotakan 21 ekonomi (termasuk Hongkong dan Taiwan). Sektor jasa merupakan sektor yang mengalami pertumbuhan yang cepat dalam struktur ekonomi dunia umumnya dan kawasan Asia Pasifik khususnya. Kontribusi sektor jasa terhadap PDB ekonomi anggota APEC rata-rata mencapai lebih dari 60%, dan untuk Indonesia sendiri kontribusi sektor jasa mencapai lebih dari 40% PDB yang berarti di atas Laos, Kamboja, Myanmar, Thailand, dan Vietnam (UNCTAD, 2008)¹.

Ekonomi anggota APEC memiliki ketentuan yang tidak seragam dalam menetapkan kriteria suatu usaha dapat digolongkan ke dalam kategori UKM (atau UMKM/Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut Indonesia). Paling tidak dari jumlah kriteria, perbedaan tersebut dapat terlihat jelas. Ekonomi seperti Australia dan Brunei Darussalam menggunakan satu kriteria dalam menetapkan UKM, berbeda dengan Rusia, Filipina, dan Mexico yang menggunakan dua kriteria. Jepang dan Kanada termasuk dalam kelompok ekonomi yang menggunakan tiga kriteria, sedangkan Indonesia bersama China dan Korea menggunakan lebih dari tiga

¹ UNCTAD website (<http://stats.unctad.org Handbook/Table/Viewer/dimView.aspx>), accessed January 9, 2008 dalam Organization of American States (OAS), 2011.

kriteria. Dari riset yang dilakukan oleh APEC PSU, kriteria yang didapati biasa digunakan untuk mendefinisikan UKM adalah dari (1) jumlah pegawai, (2) tingkat penjualan, aset, dan modal, dan (3) spesifikasi sektor. Sedangkan Indonesia sendiri berdasarkan UU No. 9 tahun 1995 tentang UKM menggunakan lima kriteria dalam menetapkan UKM yaitu :

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
- 3) Milik Warga Negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
- 5) Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Kriteria tersebut kemudian disederhanakan oleh UU nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi dua kriteria yang didasarkan hanya atas jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Di samping itu dalam UU yang baru Usaha Mikro turut digabungkan dengan Usaha Kecil dan Menengah ke dalam satu kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

TABEL 1

KRITERIA UMKM²

No.	Jenis Usaha	Jumlah kekayaan	Nilai penjualan
-----	-------------	-----------------	-----------------

² UU no. 20 tahun 2008 tentang UMKM

		bersih	tahunan
1.	Mikro	Maks. Rp 50 juta	Maks. Rp 300 juta
2.	Kecil	Lebih dari Rp 50 juta s.d. maks. Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta s.d. maks. Rp 2,5 Miliar
3.	Menengah	Lebih dari Rp 500 juta s.d. maks. Rp 10 Miliar	Lebih dari Rp 2,5 Miliar s.d. maks. Rp 50 Miliar

Dari seluruh perusahaan yang ada di Asia Pasifik, lebih dari 90%-nya adalah UKM. Di kawasan Asia Pasifik angka ini bervariasi dari terendah 55% hingga tertinggi 97%. Sektor-sektor yang didominasi oleh UKM adalah grosir dan eceran, pertanian, kehutanan dan perikanan, dan konstruksi. Sektor-sektor seperti pertambangan, minyak dan gas bumi, dan utilitas memiliki persentase UKM yang kecil.

UKM tercatat memiliki kontribusi ekonomi yang penting bagi perekonomian, khususnya di negara berkembang. Bila di Selandia Baru kontribusi UKM dalam penyerapan tenaga kerja adalah 37%, di Indonesia angka tersebut bahkan mencapai 97%. Sedangkan dari sudut pandang kontribusi UKM terhadap PDB, UKM Indonesia menyumbang 56% dari PDB, tidak jauh berbeda dengan UKM Singapura yang menyumbang 51% dari PDB.³

Walau UKM merupakan mayoritas dari segi jumlah dibanding perusahaan besar, dari sisi nilai kemampuan untuk mengekspor produknya UKM masih tertinggal dari perusahaan-perusahaan besar. UKM di tiga ekonomi APEC termasuk Thailand dan AS memiliki kontribusi ekspor terbesar di rentang 25% - 35%, sedangkan UKM di empat ekonomi seperti Indonesia, Malaysia, dan Taiwan memiliki kontribusi antara 15%-25%. Di dua ekonomi lain seperti Australia dan Chile, UKM-nya bahkan memiliki sumbangan

³ Siregar, Hermanto, n.d.

nilai ekspor kurang dari 15% dari total nilai ekspor.⁴

Banyak UKM memulai kegiatan usahanya dari sektor jasa bisnis, dikarenakan banyaknya variasi usaha dan sangat dinamisnya sektor ini. Oleh karena itu, langkah liberalisasi sektor jasa bisnis dipandang akan memiliki peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan UKM. Dalam outsourcing proses bisnis, UKM diyakini dapat bersaing secara setara dengan perusahaan besar berkat keberadaan teknologi informasi. Jasa bisnis juga dilihat sebagai sektor yang memiliki karakteristik “*very knowledge intensive*”, sehingga dengan kelebihannya tersebut dari aktivitasnya dapat diperoleh ‘*productivity gains*’ yang signifikan. Selain itu mengingat aktivitas sektor jasa bisnis dapat menyediakan intermediate inputs melalui rantai nilai yang diciptakannya, berbagai nilai tambah yang tercipta akan mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi,.

Peran Sektor Jasa Logistik

Dalam menjalankan aktivitas usahanya, UKM menghadapi berbagai kendala usaha yang berasal dari kurangnya: (1) skala ekonomis, (2) kapabilitas dan pengetahuan, (3) skalabilitas, dan (4) *supply chain alignment*.

Keberadaan penyedia jasa logistik sangat penting bagi produsen dalam memfasilitasi penjualan produknya dan bagi konsumen dalam memperoleh produk yang dibutuhkan. Bagi produsen tidak terkecuali UKM, jasa logistik merupakan bagian dari mata rantai yang tidak terpisahkan dari awal hingga akhir rantai suplai. FedEx dan *Century Logistics* merupakan salah satu contoh perusahaan jasa logistik yang berkontribusi memfasilitasi pengembangan UKM.

FedEx sesuai dengan gerak roda bisnisnya selama ini telah memfasilitasi UKM agar dapat terkoneksi secara global melalui berbagai kemudahan dalam mengakses jasanya. Tidak cukup hanya berkiprah dengan menggunakan naluri alaminya sebagai

pebisnis, FedEx turut ambil bagian dalam program aliansi dengan *US Commercial Service (FedEx-US Commercial Service Alliance)*, unit yang merupakan kepanjangan tangan dari Administrasi Perdagangan Internasional Departemen Perdagangan AS. Aliansi ini membantu menyediakan skema bagi UKM di Amerika Serikat dalam melakukan ekspansi pasar di lebih dari 100 kota di AS dan lebih dari 75 negara dunia. Fasilitasi ekspansi pasar yang dilakukan bisa dalam bentuk fasilitasi bagi eksportir baru maupun bagi eksportir lama yang berkehendak meningkatkan penjualannya baik di target pasar lama maupun baru. Dalam skema tersebut, aliansi tersebut memberikan layanan tanpa dikenakan bayaran bagi UKM dalam mengakses :

- (1) data pokok terkait target pasar untuk mengenali peluang terbaik
- (2) pendidikan yang berhubungan dengan perdagangan, baik dalam bentuk seminar berbasis online (webinars), seminar perdagangan, maupun kegiatan-kegiatan lainnya.
- (3) pembiayaan perdagangan, baik dalam mengakses advis dari ahli keuangan terkait upaya memperoleh sumber daya keuangan maupun dalam mengakses pembiayaan itu sendiri.
- (4) dukungan konsultasi perdagangan, termasuk terkait dengan isu hambatan perdagangan yang dijumpai.

Program *FedEx-US Commercial Service Alliance* tidak berhenti hingga layanan dasar. Di luar empat skema tersebut di atas, khusus bagi UKM Amerika Serikat aliansi ini juga memberikan skema layanan berbiaya bagi UKM yang memiliki produk yang dapat diekspor dan memiliki kandungan lokal minimal 51% dengan fitur-fitur yang lebih canggih yang memfasilitasi aktivitas-aktivitas sebagai berikut :

- 1) Pencarian data mitra usaha yang sepadan di dalam dan luar negeri melalui skema *Gold Key Service*
- 2) Survei profil perusahaan internasional dan *due dilligence*

⁴ APEC Secretariat, 2011

- 3) Pencarian mitra dan kontak bisnis internasional
- 4) Promosi eksportir AS di berbagai situs internet manca negara
- 5) Penyedia layanan bisnis

Peran perusahaan logistik dalam pengembangan UKM tidak hanya ditemui di ekonomi maju, namun juga di ekonomi berkembang. Perusahaan jasa logistik Malaysia, *Century Logistics Berhad* merupakan salah satu penyedia jasa logistik yang berperan penting dalam pengembangan UKM, di mana perusahaan ini menerima predikat sebagai perusahaan yang memberikan pelayanan terbaik bagi UKM dan dianugrahi *The Brand Laureate UKM Master Awards* 2009. Dari hasil pemungutan suara terhadap para UKM, perusahaan ini terpilih sebagai *Best Brands* untuk kategori logistik.

Peran Sektor Jasa Teknologi Informasi dan Komunikasi

Efisiensi sektor jasa telekomunikasi melalui liberalisasi jasa telekomunikasi memungkinkan negara berkembang untuk melipatgandakan upaya pembangunannya dalam proses transisi secara progresif menuju ekonomi yang lebih bersandar pada sektor jasa. Eksistensi teknologi informasi dan komunikasi telah memiliki andil yang besar dalam mempercepat transisi UKM dari sektor informal maupun formal yang dipandang sebelah mata menjadi salah satu pelaku bisnis yang efisien dan kompetitif di level internasional. Dalam hal ini, UKM dengan kapabilitas teknologi informasi dan komunikasi yang baik akan diuntungkan dan dapat memetik manfaat dari kelahiran ekonomi berbasis pengetahuan.

Salah satu contoh yang bisa dilihat adalah mulai terlibatnya UKM dalam proses pengadaan elektronik secara online bersaing dengan perusahaan besar. Dalam proses persaingan tersebut, salah satu cara yang dapat dilakukan UKM dalam mengefisienkan proses bisnis adalah dengan melakukan outsourcing proses bisnis. Adanya liberalisasi akan menjadi ladang persaingan yang baik untuk memfasilitasi tumbuhnya outsourcing

lintas batas negara dan yurisdiksi oleh para UKM.

Keberadaan teknologi komunikasi dan informasi via internet telah berperan besar dalam memfasilitasi bisnis UKM. *Entry barrier* yang selama ini menjadi kendala UKM melakukan kiprah bisnisnya menjangkau pelanggan tidak hanya di wilayah domestik namun juga mancanegara dapat direduksi bahkan dieliminasi. Tidak hanya itu, untuk sektor-sektor tertentu yang membutuhkan kreativitas dan brainware di mana outputnya dituntut bersifat *customized* sesuai permintaan spesifik konsumen, daya saing UKM dapat ditingkatkan hingga setara dengan perusahaan-perusahaan besar. Kapabilitas UKM dalam mengakses pelanggan secara global dan memperoleh *transaction order* pun meningkat berkat adanya online internet. UKM dapat diketahui keberadaannya dengan segera di lokasi yang dicari oleh global customers dengan jauh lebih cepat dibandingkan fasilitas lain seperti buku *Yellow Pages*.

Dari sekian perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki andil besar dalam pengembangan UKM adalah *Google Inc.* *Google Inc.* merupakan perusahaan penyedia jasa informasi nomor satu di dunia yang dapat diakses publik secara gratis dan menjadi media fasilitasi *online internet* bagi siapa saja termasuk UKM. Keberadaan *Google* dan semacamnya (seperti *Yahoo.Inc*) telah membantu UKM dalam menurunkan biaya operasi bisnisnya melalui keberadaan fasilitas-fasilitas komunikasi, berbagi dokumen, kolaborasi, dan penggunaan aplikasi secara gratis. Dalam hal berkomunikasi, UKM difasilitasi oleh keberadaan *e-mail* dan *chat conversations* dengan kemampuan penyimpanan yang begitu besar dan kemampuan pencarian *e-mail* dan *chat conversations*.

Banyak contoh UKM yang dapat berkembang menjadi besar karena fasilitasi *Google* melalui *AdWords*, media iklan internet milik *Google*. Pendapatan usaha *Paepeeton, rafting resort* di Kamchanaburi, Thailand yang dimiliki oleh pensiunan pegawai negeri sipil (PNS) kini telah menjadi 6 digit, dari investasi

awal sebesar THB 20,000. Ravi's *Tailor*, setelah mengiklankan usahanya di AdWords, Google, telah dapat mengembangkan usahanya dari semula memiliki 5,000 (2002) pelanggan kini telah menjadi lebih dari 400,000 pelanggan, dengan jumlah pegawai semula 4 orang (2002) kini menjadi lebih dari 80 orang plus 150 pegawai paruh waktu. Dengan fasilitasi Google, sedikitnya 400 pelanggan baru diperoleh Ravi's *Tailor* setiap bulannya. Asura, perusahaan online games Thailand, telah berkembang dari hanya puluhan pemain game kini menjadi lebih dari 1,000 pemain game baru setiap harinya berkat fasilitasi Google Adwords.

Dari semua ilustrasi dan contoh di atas dapat dipahami bahwa dalam mendorong pengembangan UKM, pengurangan hambatan masuk usaha merupakan aspek krusial. Untuk itu dari sudut pandang peran sektor teknologi informasi dan komunikasi, hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara :

- 1) Memfasilitasi kemudahan akses dan penggunaan informasi lintas negara agar dapat menjangkau lapisan masyarakat seluas mungkin
- 2) Menyediakan infrastruktur informasi dan telekomunikasi yang tangguh dan saling terhubung
- 3) Meningkatkan efisiensi infrastruktur informasi dan telekomunikasi melalui akses internet kecepatan tinggi
- 4) Membatasi kewajiban finansial yang dibebankan kepada situs intermediaries, seperti mesin pencari (*search engine*), penyedia layanan internet, dan perusahaan *hosting* situs.

Peran Sektor Jasa Keuangan

Sektor jasa keuangan masuk dalam kategori urat nadi aktivitas perekonomian, khususnya di era masa kini di mana masyarakat menginginkan segala aktivitas ekonomi dapat dilakukan melalui proses pembayaran yang serba aman, praktis dan efisien.

Liberalisasi jasa keuangan merupakan hal yang vital, mengingat hal tersebut dapat mempercepat masuknya teknologi baru penyediaan jasa keuangan yang sebelumnya tidak dikenal ke dalam suatu wilayah ekonomi atau negara. Pembukaan akses listing di bursa New York bagi emiten asing misalnya, mempermudah akses perusahaan di negara lain untuk memperoleh akses pendanaan melalui sekuritas secara efisien. Bagi UKM, keberadaan bank-bank asing dari pembukaan hambatan masuk dapat menciptakan iklim kompetisi yang sehat bagi bank-bank lokal untuk meningkatkan upaya dalam memberikan kepuasan layanan terhadap nasabah. Studi Bank Dunia di 99 negara menunjukkan korelasi positif antara tingkat kepadatan mesin ATM dan PDB per kapita dengan liberalisasi jasa perbankan. Ketersediaan mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) tersebut turut mempermudah UKM dalam mengakses fasilitas transaksi keuangan khususnya untuk transaksi dalam jumlah yang relatif kecil .

Bersama dengan pelaku usaha di sektor teknologi informasi dan komunikasi, pelaku sektor jasa keuangan kini telah dapat mengembangkan transaksi keuangan yang aman, namun jauh lebih praktis dan efisien dibanding era sebelumnya melalui transaksi elektronik atau *e-Commerce*. *E-Commerce* kini telah menjadi bagian dari saluran distribusi terintegrasi di mana jutaan orang dapat melakukan transaksi secara mudah tanpa kehadiran fisik melalui internet. Kehadiran *e-Commerce* ini dapat dimanfaatkan oleh UKM sebagai senjata pamungkas untuk berkompetisi secara global mengingat dengan *e-Commerce* UKM diberikan kemudahan dalam solusi pembayaran transaksi.

Hal yang menarik dalam seminar APEC ini adalah diangkatnya contoh Redwood Internet Business *Inc.*, sebuah perusahaan Filipina yang menawarkan paket solusi *e-Commerce* termasuk fasilitas pembayaran transaksi via internet. Contoh perusahaan yang diberikan menarik mengingat bahwa Filipina masuk dalam kategori ekonomi atau negara berkembang, kontras dengan bisnis perusahaan penyedia jasa keuangan *e-Commerce* yang umumnya diasosiasikan

hanya dapat dilakukan oleh pelaku usaha di ekonomi atau negara maju. Di samping itu, walau berbasis di negara berkembang perusahaan ini mampu menyederhanakan prosedur pembayaran dan menawarkan metode pembayaran yang variatif tidak kalah dari perusahaan serupa di negara maju.

Situs *e-Commerce* perusahaan ini telah mendapatkan penghargaan oleh *APEC Digital Opportunity Center* di Chinese Taipei sebagai *2007 Best Information Communication Technology Practice the Philippines*. Di samping itu, situs dengan lebih dari 50 *merchant partners* dan lebih dari 450 produk dan jasa yang ditawarkan *online* ini juga terpilih sebagai *2007 Best Web in Gifts Category by Digital* dalam *polling* yang dilakukan oleh Digital Filipino Club. Berdasarkan survei yang dilakukan perusahaan tersebut diketahui tiga harapan UKM terkait upaya peningkatan layanan solusi pembayaran online ke depan yang perlu menjadi catatan pekerjaan rumah pemerintah dan pelaku usaha terkait : (1) dibangunnya kepercayaan pasar terhadap pembayaran *online*, (2) terdapat lebih banyak solusi pembayaran yang makin mudah diakses publik, (3) dilakukannya efisiensi sehingga biaya layanan (termasuk biaya konversi mata uang) dapat ditekan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- APEC Secretariat, 2011. "Overview of SMEs in the APEC Region." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- Century Logistics Holdings Berhad, 2011. "Role of Freight Logistics for Development of SMEs." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- APEC Secretariat, 2011. "Overview of SMEs in the APEC Region." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- Google, 2011. "360 Perspective: ICT Services – Google." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- Organization of American States (OAS), 2011. "The Role Services Play in SME Business Development: Benefits of Services Liberalization for Economic Development." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- Redwood Internet Business, 2011. "Payment Solutions: Key to SME Success." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.
- Siregar, Hermanto, n.d. "Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional dan Strategi - Pembiayaan." *Policy Paper*.
- Undang Undang no. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah.
- FedEx, 2011. "360 Perspective: Logistic Services-FedEx." *Seminar on Addressing SME Business Constraints Through Services* [Slide Presentasi]. Washington, D.C.

---oOo---