

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. UMKM

1. Pengertian UMKM

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).¹ Dari pengertian tersebut, ada beberapa definisi-definisi UKM yang lain.

Usaha atau bisa disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada. *Entrepreneurship* merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan.²

Menurut *The American Heritage Dictionary*, wirausahawan (*entrepreneur*), didefinisikan dengan, seseorang yang mengorganisasikan, mengoperasikan dan memperhitungkan risiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba. Dalam pengertian ini terdapat kata ‘mengorganisasikan’, apakah yang diorganisasikan tersebut. Demikian juga terdapat kata ‘mengoperasikan’ dan ‘menmpershitungkan risiko’. Seorang pelaku usaha dalam skala yang kecil sekalipun dalam menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya organisasi usaha meliputi, sumber daya manusia, finansial, peralatan fisik,

¹Akifa P. Nayla, “Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba”, Laksana, Jogjakarta, 2014, hlm. 12.

²Tejo Nurseto, “Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh”, dalam Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 februari 2004, hlm. 3.

informasi dan waktu. Dengan demikian seorang pelaku usaha telah melakukan 'pengorganisasian' terhadap sumber daya yang dimilikinya dalam ruang dan dimensi yang terbatas dan berusaha 'mengoperasikan' sebagai kegiatan usaha guna mencapai laba. Dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan usahanya tersebut ia berhadapan dengan sejumlah risiko, utamanya risiko kegagalan. Mengapa demikian? Jawabannya tidak lain karena berbagai sumber daya yang dimiliki keterbatasan, jelas mengandung sejumlah risiko. Itulah hal yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan.³

Termasuk usaha kecil dan menengah adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya, misalnya warung di kampung-kampung, toko kelontong, koperasi serba usaha. Koperasi Unit Desa (KUD), toko serba ada wartel, ternak ayam, sebagainya.⁴

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:⁵

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah

³Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 26-27.

⁴Febra Robiyanto, *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Studi Nusa, Semarang, 2004, hlm. 5.

⁵*Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Pustaka Mahardika, Yogyakarta, 2013, hlm. 3.

atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
4. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.
5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneurship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan

pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sd Rp 10 miliar.⁶

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.⁷ Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.⁸

Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

Kegiatan usaha ada berbagai macamnya, di antaranya adalah usaha jas, usaha dagang, usaha industri pengolahan, usaha pertanian, usaha peternakan, usaha perikanan, usaha terbang dan

⁶FadhilahRamadhani, Yaenal Arifin, *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*, dalam *Jurnal Economics Development Analisis Journal*. Edaj 2 (2) (2013), hlm.136.

⁷Akifa P. Nayla, *Op.Cit*, hlm. 13.

⁸*Ibid.*, hlm. 14.

galian, dan sebagainya. *Usaha jasa* adalah suatu jenis kegiatan usaha untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa. termasuk usaha jasa misalnya jasa angkutan, jasa akuntan, warung telepon, jasa dokter, jasa rumah sakit, bioskop, siaran televisi dan radio, dan sebagainya.

Usaha dagang adalah suatu jenis kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang dengan aktivitas yang berupa membeli barang dagangan untuk dijual kembali dengan maksud untuk memperoleh keuntungan, sebagai contoh adalah warung di kampung, toko di dekat pasar, toko serba ada, koperasi serba ada (waserda), dan sebagainya. *Usaha industri* (termasuk kerajinan rakyat), adalah kegiatan usaha yang merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai, misalnya pabrik sepeda, pabrik sepatu, pabrik tahu, kerajinan anyaman topi, konveksi, kerajinan tanah liat, dan sebagainya.

Usaha pertanian, peternakan, dan perikanan adalah kegiatan produksi yang berupa mengembangbiakkan tanaman dan hewan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. *Usaha pertambangan dan galian* adalah kegiatan untuk mengangkat bahan-bahan dari dalam atau dari permukaan tanah agar dapat diproses lebih lanjut.⁹

Secara umum, ada banyak UKM dengan kriteria yang berbeda. Berikut ini beberapa di antaranya:¹⁰

a) Manajemen Bisnis Sendiri

UKM sangat berbeda dengan waralaba. Perbedaannya yang mencolok terletak pada manajemen bisnis. Apabila waralaba memiliki manajemen bisnis yang ditentukan oleh pihak *franchisor*, maka UKM tidak. Pemilik UKM memiliki

⁹Febra Robiyanto, *Op.Cit.*, hlm. 4.

¹⁰Akifa P. Nayla, *Op.Cit.*, hlm. 17.

kebebasan untuk bertindak dan mengambil keputusan sendiri dengan kemajuan usahanya.

b) Modal Usaha Terbatas

UKM memiliki modal terbatas, karena pada umumnya modal hanya berasal dari pemilik usaha atau bisa jadi sekelompok kecil orang yang ikut menginvestasikan uangnya untuk modal UKM tersebut.

c) Karyawan Kebanyakan dari Penduduk Lokal

Pada umumnya, UKM mengambil karyawan dari penduduk lokal. Hal ini dikarenakan dua hal. *Pertama*, pemilik UKM ingin memberdayakan penduduk lokal agar bisa bekerja secara mandiri di daerah tersebut. *Kedua*, adanya keterbatasan biaya untuk menggaji karyawan yang berasal dari daerah luar.

d) Bersifat Usaha Keluarga

Pada umumnya, UKM bersifat usaha keluarga. Dalam artian, usaha ini dijalankan dan dikembangkan sendiri oleh pemilik usaha bersama keluarganya. Setelah berkembang cukup besar, pemilik UKM memperkerjakan penduduk sekitar dengan sistem seperti keluarga.

e) Posisi Kunci Dipegang oleh Pemilik

Maju-mundurnya UKM tergantung sepenuhnya oleh pemilik usaha. Dalam hal ini, berarti sistem untuk menjalankan atau memajukan usaha tidak diajarkan kepada karyawan atau orang yang menjadi kepercayaan.

f) Modal Usaha Berasal dari Keuangan Keluarga

Kebanyakan UKM tidak mengandalkan modal dari pihak luar, seperti investor atau bank, tetapi dari keuangan keluarga, sehingga memungkinkan tercampurnya keuangan keluarga dan perusahaan. Modal dari pihak luar hanya dibutuhkan ketika pemilik UKM ingin mengembangkan usaha tersebut ke luar daerah.

g) Menuntut Motivasi Tinggi

Untuk memajukan UKM, pemilik usaha dituntut untuk memiliki motivasi yang tinggi. Motivasi tersebut meliputi motivasi untuk melakukan promosi secara besar-besaran, membuat situs bisnis, membuat strategi marketing *online* serta *offline*, dan sebagainya.

h) Menggunakan Teknologi Sederhana dalam Proses Produksi

Pada umumnya, UKM masih menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksinya. Teknologi sederhana yang dimaksud disini adalah alat-alat yang masih tradisional dan belum canggih, sebagaimana yang ada belakangan ini.

2. Profil UMKM Indonesia

Profil dan karakteristik UKM yang ada di Indonesia dapat ditinjau dari beberapa aspek antara lain permodalan, skala usaha, macam usaha, tingkat pendidikan pengusaha maupun karyawan, profil UKM ini kita lihat dan bahas satu per satu. Dilihat dari macam usaha UKM jenis usaha UKM terbanyak bergerak pada bidang perdagangan besar dan eceran. Kegiatan ini banyak digeluti karena mudah melakukan, tidak membutuhkan modal yang besar, tidak memerlukan tempat khusus dan tidak memerlukan administrasi pengurusan usaha. UKM yang paling sedikit, bergerak pada bidang usaha listrik dan air bersih, ini disebabkan untuk usaha tersebut biasanya telah dilakukan oleh pemerintah daerah, karena bidang usaha tersebut memerlukan ketrampilan, permodalan dan peraturan khusus yang lebih besar serta rumit dibandingkan kegiatan perdagangan.¹¹

Tabel 2.2 : Banyaknya usaha Mikro dan kecil di Indonesia menurut Kategori

Kategori UKM	Jumlah UKM
Pertambangan dan Penggalian	245 780

¹¹Sri Wahyuningsih, "Peran UKM dalam Perekonomian Indonesia", dalam Jurnal Mediargo, Vol. 5, No.1, 2009, hlm. 3.

Industri dan Pengolahan	3 194 461
Listrik dan Air Bersih	10 677
kontruksi	157 381
Perdagangan Besar dan Eceran	10 226 595
Penyediaan Alokasi dan Penyediaan Makan Minum	2 994 858
Transportasi	2 470 080
Komunikasi	214 406
Real Estate, Usaha Persewaan dan Jasa Perusahaan	790 704
Jasa Pendidikan	335 639
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	172 705
Jasa kemasyarakatan, Sosial, Budaya, hiburan dan Perorangan lainnya	1 459 749
Jasa Perorangan yang Melayani rumah Tangga	179 474
Jumlah	22 513 552

Sumber : BPS, perusahaan Mikro dan Kecil 2006

Profil UKM juga dapat dilihat dari banyaknya pengusaha UKM berdasarkan tingkat pendidikan yang ditamatkan. Dari tingkat pendidikan pengusaha UKM dapat menggambarkan bagaimana usaha tersebut dikelola dan dikembangkan. UKM di Indonesia tidak dapat segera berkambang dan menjadi sebuah usaha yang “mengurita” karena yang terjun di usaha UKM sebagian besar adalah mereka yang lulus SD.

Dari tabel 2 dapat dilihat jumlah pengusaha UKM laki-laki dan perempuan dilihat dari jenjang pendidikannya, pengusaha terbesar baik laki-laki maupun perempuan secara keseluruhan adalah yang tingkat pendidikannya SD, yaitu sebesar 33,75 persen. Pengusaha UKM paling sedikit yang tingkat pendidikannya Diploma III, hal ini disenankan karena lulusan Diploma III lebih banyak tersalur ke perusahaan-perusahaan menengah dan besar karena pendidikannya yang lebih menekankan pada bidang keahlian dan ketrampilan tertentu, dan yang berpendidikan Sarjana

(S1) juga tidak banyak yang menekuni sebagai pengusaha UKM. Tidak banyaknya sarjana yang menjadi pengusaha UKM karena faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya.¹²

Tabel 2.3 : Banyaknya Pengusaha Laki-laki dan Perempuan pada Usaha Mikro dan Kecil berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Ditamatkan

No	Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Total	%
1	Tidak Tamat SD	2 012 638	2 235 984	4 248 622	18,87
2	SD	4 444 631	3 152 952	7 597 595	33,75
3	SMTB	3 123 376	1 617 952	4 741 328	21,06
4	SMTA	3 336 343	1 467 554	4 803 897	21,34
5	Diploma I/II	143 829	108 220	252 049	1,12
6	Sarjana/Diploma III	166 524	86 796	253 320	1,13
7	Sarjana (SI) dan lebih	444 250	172 491	616 741	2,74
8	Jumlah	13 671 591	8 841 961	22 513 552	100

Sumber : BPS Perusahaan Mikro dan Kecil 2006

Bila dilihat dari jumlah tenaga kerja yang terserap pada kegiatan UKM dapat dilihat pada tabel 3. Dari tabel 3 diperoleh ada kegiatan UKM yang banyak menyerap tenaga kerja adalah bidang usaha perdagangan besar dan eceran sedangkan terkecil pada bidang usaha listrik dan air bersih. Penyerapan tenaga kerja masing-masing bidang usaha rata-rata dua kali dari jumlah UKM, dengan demikian UKM tersebut selain memberikan peluang kerja bagi pengusahanya juga memberikan peluang kerja bagi orang lain.

¹²*Ibid.*, hlm. 5.

Secara total penyerapan tenaga kerja di Indonesia dari kegiatan seluruh UKM sebesar 43.911.721 orang.¹³

Tabel 2.4 : Banyaknya Jumlah Tenaga Kerja Usaha Mikro dan Kecil menurut kategori.

Kategori UKM	Jumlah Tenaga Kerja
Pertambangan dan Penggalian	528 273
Industri dan Pengolahan	7 817 110
Listrik dan Air Bersih	23 370
kontruksi	819 271
Perdagangan Besar dan Eceran	17 387 040
Penyediaan Alokasi dan Penyediaan Makan Minum	5 292 765
Transportasi	2 910 121
Komunikasi	416 986
Real Estate, Usaha Persewaan dan Jasa Perusahaan	1 339 620
Jasa Pendidikan	3 692 820
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	456 502
Jasa kemasyarakatan, Sosial, Budaya, hiburan dan Perorangan lainnya	2 690 978
Jasa Perorangan yang Melayani rumah Tangga	208 382
Jumlah	43 911 721

Sumber : BPS, Perusahaan Mikro dan Kecil 2006

3. Macam-macam Industri

Mengetahui macam-macam industri ini bisa dilihat dari beberapa sudut pandang. *Pertama*, pengelompokan industri yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian (DP). Menurut DP, industri nasional Indonesia dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar, yaitu:¹⁴

¹³*Ibid.*, hlm. 8.

¹⁴Lincoln Arsyad, *Ekonomi Pembangunan*, Edisi ke-4, STIE YKPN, Yogyakarta, 1999, hlm. 365-366.

- a. Industri Dasar yang meliputi kelompok Industri Mesin dan Logam Dasar (IMLD) dan kelompok kimia dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain industri mesin pertanian, elektronika kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga, dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk dalam IKD antara lain industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri semen, industri batu bara, industri silikat, dan sebagainya.
- b. Industri Kecil yang meliputi antara lain industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta barang dari kulit) industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penertiban, barang-barang karet, plastik, dan lain-lain), industri galian bukan logam, dan industri logam (mesin-mesin listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dari logam, dan sebagainya).
- c. Industri Hilir, yaitu kelompok Aneka Industri (AI) yang meliputi antara lain industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah sumber daya pertanian secara luas, dan lain-lain. Kelompok AI ini mempunyai misi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan atau pemerataan, memperluas kesempatan kerja, tidak padat modal, dan teknologi yang digunakan adalah teknologi menengah dan teknologi maju.

Kedua, pengelompokan industri menurut jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan. Menurut BPS, pengelompokan industri dengan cara ini dibedakan menjadi 4 yaitu:¹⁵

- a. Perusahaan/industri besar jika memperkerjakan 100 orang atau lebih.
- b. Perusahaan/industri sedang jika memperkerjakan 20 sampai 99 Orang.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 366.

- c. Perusahaan/industri kecil jika memperkerjakan 5 sampai 19 orang.
- d. Industri kerajinan rumah tangga jika memperkerjakan kurang dari 3 orang (termasuk tenaga yang tidak dibayar).

Berdasarkan atas pembagian kelompok di atas, kita dapat mudah dalam memberikan sentuhan dalam upaya pengembangan usaha. Meskipun semuanya memiliki problem dalam usahanya, namun tingkat problem yang dihadapi memiliki derajat yang sangat berbeda. Untuk kelompok usaha mikro kecil menengah memiliki akses yang sangat terbatas bahkan tidak memiliki akses keuangan dalam pengembangan usahanya. Anggota kelompok ini biasanya bergerak pada daratan informal yang dengan sendirinya sangat labil. Mereka yang termasuk di dalamnya meliputi:¹⁶

- a. Para petani (nelayan dan peternak)
- b. Pedagang kaki lima (pedagang asongan)
- c. Pengusaha rumahan (pengusaha makanan dan penjahit)

4. Bentuk Usaha Tetap

Bentuk Usaha Tetap (BUT) adalah usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia atau berada di Indonesia tidak lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, atau juga badan yang tidak didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia. BUT dapat berupa:¹⁷

- a. Tempat kedudukan manajemen
- b. Cabang perusahaan
- c. Kantor perwakilan

¹⁶Muhammad Ali Imron, "Peran Baitul Maal Wattamwil (BMT) terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Wates kecamatan Undaan Kabupaten Kudus", Skripsi STAIN Kudus, 2009, hlm. 19.

¹⁷Ratna Anjarwati, *PPh final 1% Untuk UMKM*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 3.

- d. Gedung kantor
- e. Pabrik
- f. Bengkel
- g. Pertambangan dan penggalian sumber daya alam, wilayah kerja pengeboran yang digunakan untuk eksplorasi pertambangan
- h. Periklanan, pertanian, peternakan, perkebunan atau kehutanan
- i. Proyek konstruksi, instalansi atau proyek perakitan
- j. Pemberian jasa dalam bentuk apapun oleh pegawai atau oleh orang lain, sepanjang dilakukan lebih dari enam puluh hari dalam jangka waktu dua belas
- k. Orang atau agen yang bertindak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas
- l. Agen atau pegawai dari perusahaan asuransi yang tidak didirikan dan tidak bertempat tinggal di Indonesia yang menerima premi atau menanggung risiko di Indonesia.

5. Pajak Penghasilan (PPh) UKM

Penarikan pajak atas Usaha kecil dan Menengah (UKM) masih menjadi perdebatan, dengan alasan bahwa pajak akan memberatkan kondisi keuangan pelaku UKM. Jika diteliti lebih jauh, sekurangnya ada lima problem UKM, yaitu:¹⁸

- a. Pelaku UKM umumnya terkendala akses pemasaran produk dan menjaga standarisasi produk.
- b. UKM belum sepenuhnya faham dalam menghitung keuntungan dan omzet usaha, sebagai dasar pembayaran pajak.
- c. Pelaku UKM masih belum mengerti kewajiban dan tatacara pembayaran pajak. Hal ini mungkin diakibatkan keterbatasan jumlah SDM dibandingkan jumlah wajib pajak yang harus dilayani.
- d. Bagi UKM yang telah mengerti pajak, justru enggan membayar pajak dengan alasan keberatan atas tarif pajak.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 47.

- e. Banyak pelaku UKM terkendala dalam membayar pajak di bank karena terbatas oleh jam waktu pelayanan bank dan jarak aksesibilitas ke bank.

Adapun solusi untuk mengatasi problem di atas, adalah :¹⁹

- a. Solusi permasalahan akses pemasaran produk, dapat dikerjasamakan dengan pembina Koperasi dan UKM yaitu dengan Kementrian Koperasi dan UKM, maupun BUMN melalui program Kemitraan Bina Lingkungan.
- b. UKM kesulitan untuk menghitung omzet dan profit bisa diselesaikan dengan penyuluhan intensif tatacara pembukuan dan pencatatan usaha.
- c. Penyuluhan jenis-jenis pajak yang harus dibayar oleh UKM diharapkan dapat memberikan pengertian UKM tentang hak dan kewajiban perpajakannya.
- d. Atas keberatan UKM membayar pajak, Pemerintah telah membuat klasifikasi tarif dengan batasan omzet Rp. 4,8 milyar setahun mendapat pengurangan sebesar 50 persen dari Pajak Penghasilan yang harus dibayar.
- e. Telah dicoba diatasi oleh Ditjen Pajak dengan aplikasi E-Billing dimana wajib pajak dapat membayar pajak, melalui teller di bnank, kantor pos atau melalui Anjungan Tunai Mandiri menggunakan kode billing.

6. PPh Final terhadap UKM

Pada bulan Juli 2013 lalu, pemerintah mengulirkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013 yang berisi ketentuan mengenai pengenaan PPh Final terhadap WP yang memiliki peredaran bruto atau omzet dalam jumlah tertentu. Sesuai dengan ketentuan Pasal 2 ayat (2) huruf b PP tersebut jumlah tertentu yang dimaksud adalah tidak melebihi Rp 4,8 milyar dalam satu tahun pajak. Dalam istilah sehari-hari, WP yang omzet atau

¹⁹*Ibid.*, hlm. 48.

peredaran bruto-nya tidak melebihi Rp 4,8 milyar ini sering disebut dengan WP Usaha kecil dan Menengah (WP UKM).²⁰

7. Peran UMKM

Perspektif dunia, diakui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di dalam literatur diakui secara luas bahwa NSB, UMKM sangat penting karena karakteristik-karakteristik utama mereka yang berbeda dengan usaha besar (UB), yakni sebagai berikut:

- a. Jumlah perusahaannya sangat banyak (jauh melebihi jumlah UB), terutama dari kategori usaha mikro (UMI) dan usaha kecil (UK). Berbeda dengan UB dan UM (usaha menengah), UMI dan UK tersebar diseluruh plosok pedesaan, termasuk di wilayah-wilayah yang relative terisolasi. Oleh karena itu, kelompok usaha ini mempunyai suatu signifikansi “lokal” yang khusus untuk ekonomi pedesaan. Dalam kata lain, kemajuan pembangunan ekonomi pedesaan sangat ditentukan oleh kemajuan pembangunan UMKM-nya.
- b. Karena sangat padat karya, berarti mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin. Hal ini juga yang bias menjelaskan kenapa pertumbuhan UMKM menjadi semakin penting di pedesaan di NSB, terutama di daerah-daerah dimana sektor pertanian mengalami stagnasi atau sudah tidak mampu lagi menyerap pertumbuhan tahunan dari penawaran tenaga kerja di pedesaan.

²⁰*Ibid.*, hlm. 60.

Sesuai teori dari A. Lewis (suplai tenaga kerja tak terbatas), kondisi kelebihan tenaga kerja di pedesaan akan menciptakan arus manusia terus-menerus dari pedesaan ke perkotaan. Apabila kegiatan-kegiatan ekonomi perkotaan tidak mampu menyerap pendatang-pendatang tersebut, jumlah pengangguran akan meningkat, dan akan muncul banyak masalah social terkaitnya di perkotaan. Oleh sebab itu, kegiatan-kegiatan nonpertanian di pedesaan, terutama industry, selalu diharapkan bias berfungsi sebagai sumber penyerapan kelebihan penawaran tenaga kerja ke sektor pertanian, sehingga bisa membatasi arus migrasi ke perkotaan, dan dalam hal ini, UMKM di pedesaan dapat memainkan suatu peran krusial.

- c. Tidak hanya mayoritas dari UMKM, terutama di NSB berlokasi di pedesaan kegiatan-kegiatan produksi dari kelompok usaha ini juga pada umumnya berbasis pertanian. Oleh karena itu, upaya-upaya pemerintah mendukung UMKM sekaligus juga merupakan suatu cara tak langsung, tetapi efektif untuk mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian.
- d. UMKM memakai teknologi-teknologi yang lebih “cocok” (jika dibandingkan dengan teknologi—teknologi canggih yang umum dipakai oleh perusahaan-perusahaan modern/UB) terhadap proporsi-proporsi dari faktor-faktor produksi dan kondisi local yang ada di NSB, yakni sumber daya alam (SDA) dan tenaga kerja berpendidikan rendah yang berlimpah (walaupun jumlahnya bervariasi menurut negara atau wilayah di dalam sebuah negara), tetapi modal serta sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja berpendidikan tinggi yang sangat terbatas.
- e. Banyak UMKM bisa tumbuh pesat. Bahkan, banyak UMKM bias bertahan pada saat ekonomi Indonesia dilanda suatu krisis

besar pada tahun 1997/98. Oleh sebab itu, kelompok usaha ini dianggap sebagai perusahaan-perusahaan yang memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha lebih besar. Misalnya UMI bias menjadi landasan bagi pengembangan UK, sedangkan UK bagi UM, dan UM bagi UB.

- f. Walaupun pada umumnya masyarakat perdesaan miskin, banyak bukti yang menunjukkan bahwa orang-orang desa yang miskin bias menabung dan meraka mau mengambil risiko dengan melakukan investasi. Dalam hal ini, UMKM bisa menjadi suatu titik permulaan bagi mobilisasi tabungan/investasi di perdesaan sementara, pada waktu yang sama, kelompok usaha ini dapat berfungsi sebagai tempat pengujian dan peningkatan kemampuan berwirausaha dari orang-orang desa.
- g. (Masih berkaitan dengan butir 6) Terbukti bahwa pada umumnya pengusaha-pengusaha UMKM membiayai sebagian besar dari operasi-operasi bisnis mereka dengan tabungan pribadi, ditambah dengan bantuan atau pinjaman dari saudara atau kerabat, atau dari pemberi-pemberi kredit informal, pedagang atau pengumpul, pemasok-pemasok bahan baku, dan pembayaran di muka dari konsumen-konsumen. Oleh karena itu, kelompok usaha ini dapat memainkan suatu peran penting lainnya, yaitu sebagai suatu alat untuk mengalokasikan tabungan-tabungan perdesaan, yang kalau tidak, akan digunakan untuk maksud-maksud yang tidak produktif. Dalam kata lain, jika kegiatan-kegiatan produktif tidak ada di perdesaan, keluarga-keluarga perdesaan yang memiliki uang lebih akan menyimpannya di dalam rumah yang tentu tidak akan menghasilkan nilai tambah dalam bentuk penghasilan dari bunga tabungan karena di banyak desa belum ada bank, atau menggunakannya untuk tujuan-tujuan konsumtif, seperti beli

tanah, mobil, atau rumah, atau barang-barang konsumsi mewah lainnya yang sering dilihat oleh warga desa sebagai sesuatu yang prestise.

- h. Walaupun banyak yang diproduksi oleh UMKM juga untuk masyarakat kelas menengah dan atas (untuk yang terakhir ini proporsinya lebih kecil), terbukti secara umum bahwa pasar utama bagi UMKM adalah untuk barang-barang konsumsi sederhana dengan harga relative murah, seperti pakaian jadi dengan desain sederhana, mebel dari kayu, bamboo, dan rotan, barang-barang lainnya dari kayu, alas kaki, dan alat-alat dapur dari aluminium dan plastik. Barang-barang ini memenuhi kebutuhan sehari-hari dari masyarakat miskin atau berpendapatan rendah. Namun demikian, banyak juga UMKM yang membuat barang-barang nonkonsumsi, seperti peralatan-peralatan produksi, berbagai macam mesin sederhana dan/atau komponen-komponennya, bahan-bahan bangunan, dan barang-barang setengah jadi lainnya untuk kebutuhan kegiatan-kegiatan di banyak sektor, seperti industri, konstruksi, pertanian, perdagangan, pariwisata, dan transportasi.
- i. Sebagai bagian dari dinamikanya, banyak juga UMKM (khususnya UK dan UM) yang mampu meningkatkan produktivitasnya lewat investasi dan perubahan teknologi, walaupun negara berbeda mungkin punya pengalaman berbeda dalam hal ini, tergantung pada banyak factor. Faktor-faktor tersebut bisa termasuk tingkat pembangunan ekonomi pada umumnya dan pembangunan sektor terkait pada khususnya, akses ke faktor-faktor penentu produktivitas paling penting, khususnya modal, teknologi, atau pengetahuan dan sumber daya manusia (SDM), dan kebijaksanaan-kebijaksanaan pemerintah yang mendukung keterkaitan-keterkaitan produksi

antara UMKM dan UB, termasuk dengan perusahaan-perusahaan asing/berbasis penanaman modal asing.

- j. Seperti sering dikatakan di dalam literature, satu keunggulan dari UMKM adalah tingkat fleksibilitasnya yang tinggi, relative terhadap pesaingnya (UB). Dalam Berry dkk (2001), kelompok usaha ini dilihat sangat penting di industri-industri yang tidak stabil atau ekonomi-ekonomi yang menghadapi perubahan-perubahan kondisi pazaar yang cepat, seperti krisis ekonomi 1997/98 yang dialami oleh beberapa negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia.

Oleh karena itu, dengan menyadari betapa pentingnya UMKM (paling tidak secara potensial) seperti yang diuraikan di atas tersebut, tidak heran kenapa pemerintah-pemerintah di hampir semua NSB (termasuk Indonesia) sudah sejak lama mempunyai berbagai macam program, dengan skim-skim kredit bersubsidi sebagai komponen terpenting, untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan UMKM. Tidak hanya itu, lembaga-lembaga internasional pun, seperti Bank Dunia, Bank Pembangunan Asia (ADB), dan organisasi dunia untuk industry dan pembangunan (*The United Nation Industry dan Development Organisation/UNIDO*) dan banyak negara donor lewat kerja sama bilateral juga sangat aktif selama ini dalam upaya-upaya pengembangan (atau *capacity building*) UMKM di NSB.²¹

UKM di Indonesia sangat penting terutama dalam penciptaan/pertumbuhan kesempatan kerja, atau sumber pendapatan bagi masyarakat/RT miskin. Hal ini didasarkan pada fakta empiris yang menunjukkan bahwa kelompok usaha ini

²¹Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2009, hlm. 1-4.

mengerjakan jauh lebih banyak orang dibandingkan jumlah orang yang bekerja di UB.²²

B. Peran Pemerintah

1. Peran Pemerintah

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Ada beberapa definisi mengenai sistem pemerintahan. Pemerintah menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan. Sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.²³

Pemerintah adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintah daerah.²⁴

Peran adalah perilaku menjalankan kewajiban dan menuntut hak yang melekat pada status. Peranan pemerintah sebagai salah satu prasyarat keberhasilan dalam pengembangan UMKM dengan melakukan berbagai terobosan untuk meningkatkan kinerja UMKM sehingga dapat menghasilkan produk-produk yang berdaya saing tinggi.

314. ²²Tulus T.H. Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm.

²³*Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, *Op.Cit.*, hlm. 1.

²⁴*Ibid.*, hlm. 4.

Pemerintah Daerah (PEMDA) memiliki peran yang sangat strategis dalam menumbuh-kembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) di daerah. Dengan karakteristiknya yang relatif aman dari faktor-faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi global, karena lebih banyak mengandalkan sumber daya (bahan baku) di dalam negeri, UKM relatif lebih mudah dikembangkan.²⁵

2. Berbagai Program Penunjang Usaha Kecil dari Pemerintah

Melalui berbagai departemen seperti Departemen Tenaga Kerja, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, Departemen Perindustrian maupun Departemen Perdagangan, pemerintah melancarkan program-program pembinaan yang terpadu bagi pengembangan usaha kecil. Pemerintah tetap konsisten dengan rencana dan program kerjanya dalam pengembangan perusahaan kecil, hal tersebut dibuktikan melalui pola kebijaksanaan dan Pengembangan Industri/Usaha Kecil sebagai berikut:

- a. Sistem keterkaitan Bapak Angkat-Mitra Usaha.
- b. Penjualan saham perusahaan besar yang sehat kepada koperasi
- c. Mewajibkan Badan Usaha Milik Usaha (BUMN) menyisihkan dana pembinaan sebesar 1%-5% dari keuntungan bersih.
- d. Menugaskan lembaga perbankan pengalokasian dana kredit untuk usaha kecil dan koperasi sebanyak 20% dari portofolio kredit yang disalurkan (KUK).
- e. Persediaan Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia ke bank-bank untuk membiayai sebagian besar dari kebutuhan dana kredit untuk anggota koperasi primer.

²⁵<http://keuda.kemendagri.go.id/artikel/detail/40-peran-pemda-dalam-tumbuhkan-ukm> diunggah pada tanggal 27 Mei 2015.

Selain daripada hal-hal di atas yang lebih menyangkut aspek keuangan, pemerintah telah pula membantu dalam aspek fisik yang lebih riil di antaranya:²⁶

- a. Program Peningkatan Kemampuan Usaha.
- b. Program Pengembangan Industri Kecil untuk Menunjang Ekspor.
- c. Program Pengembangan Keterkaitan Sistem Bapak Angkat dengan Mitra Usahanya bagi BUMN dan Departemen.
- d. Program Pengembangan Wiraswasta dan Tenaga Profesi.
- e. Program Penelitian dan Pengembangan Industri Kecil.
- f. Program Penciptaan/Pengaturan Iklim dan kerja sama.
- g. Program Pengembangan dan Usaha Kecil dari berbagai Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta.
- h. Seminar dan Pameran Produk-produk Industri Kecil Tingkat Nasional maupun Internasional.
- i. Pengembangan Pasar Inpres 10 buah yang menampung 1.500 pedagang kecil, serta Pertokoan Inpres 1.916 buah yang mampu menampung 360.280 pedagang.
- j. Penyediaan Sentra Industri Kecil dan UPT (Unit Pelayanan Teknis).
- k. Penyediaan Tenaga Penyuluhan Lapangan (TPL).
- l. Kupedes (Kredit Usaha Pedesaan) dengan nilai plafon pinjaman sebesar Rp 25.000,00 dengan batas nilai pinjaman maksimum Rp 1.000.000,00 dan bunga 12% pertahun. Sedangkan jangka waktu pinjaman minimum selama 3 tahun.

Sejak tahun 1983, pemerintah secara konsisten telah melakukan berbagai upaya deregulasi sebagai upaya penyesuaian struktural dan restrukturisasi perekonomian. Kendati demikian, banyak yang mensinyalir deregulasi di bidang perdagangan dan investasi tidak memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan

²⁶ Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, BPFE, Yogyakarta, 2009, hlm. 44-46.

kecil dan menengah, bahkan justru perusahaan besar dan konglomeratlah yang mendapatkan keuntungan. Studi empiris membuktikan bahwa penambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh perusahaan skala kecil, sedang, dan besar, tetapi justru perusahaan skala konglomerat dengan tenaga kerja lebih dari 1000 orang yang menikmati kenaikan nilai tambah secara absolut maupun per rata-rata perusahaan.²⁷

C. Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Pengertian daya saing adalah kemampuan makhluk hidup untuk dapat tumbuh (berkembang) secara normal diantara makhluk hidup lainnya sebagai pesaing dalam satu habitat (disatu bidang usaha dan sebagainya).²⁸ Pengertian daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu dalam konteks kabupaten/kota sebagai sebuah organisasi, daya saing diartikan sebagai kemampuan kabupaten/kota untuk mengembangkan kemampuan ekonomisosial wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya.²⁹

Menurut Tambunan daya saing global yang rendah dari UMKM secara di NSB dapat menjadi suatu hambatan serius bagi kelompok usaha tersebut bukan saja untuk menembus pasar global, tetapi juga untuk bisa memenangi persaingan dengan barang-barang impor di pasar domestik. Maka strategi yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari dua (2) komponen atau sub-strategi. Komponen pertama, strategi untuk

²⁷ Mudrajat kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia*, Andi Offset, Yogyakarta, 2007, hlm. 362.

²⁸ <http://Www.Kamusbesar.Com/49843/Dayasaing> di unggah 12 Oktober 2014.

²⁹ <http://Duniabakti.Blogspot.Com/2014/02/Teori-Strategi-Daya-Saing.Html> di unggah 12 Oktober 2014.

memenuhi/pengadaan kelima prasyarat utama tersebut. Pertanyaannya disini adalah bagaimana pengadaan pendidikan, modal, teknologi, informasi dan input secara kontinu dan efisien? Komponen kedua, strategi untuk menggunakan secara optimal kelima prasyarat tersebut menjadi suatu produk yang kompetitif.³⁰

Tujuan untuk memperoleh daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata sungguh menantang, tidak hanya bagi perusahaan-perusahaan besar, tapi juga bagi perusahaan-perusahaan kecil seperti ritel komputer atau usaha pencucian baju lokal anda.³¹ Begitu juga usaha logam pisau di Kudus, juga mengharapkan laba yang maksimal.

Daya saing sebuah perusahaan dicapai melalui akumulasi daya saing individual perusahaan dalam ekonomi global. Untuk mencapai hal ini, dengan terus-menerus meningkat, sebuah perusahaan harus melihat dunia sebagai pasarnya. Misalnya, Procter & Gamble yakin bahwa mereka masih memiliki potensi besar untuk tumbuh secara internasional karena secara global, permintaan akan produk-produk rumah tangga tidak sematang di Amerika.³²

Peningkatan daya saing UKM dapat dilakukan melalui dua aspek yaitu faktor internal yang meliputi institusi riset dan pengembangan, kapasitas SDM, pengembangan SDM, teknologi. Sedangkan faktor eksternal mencakup dukungan pemerintah terhadap riset dan pengembangan, HAKI, interaksi dengan pihak luar. Disamping itu juga peranan kapabilitas inovasi dan kemitraan menjadi faktor yang penting dalam peningkatan daya saing UKM. Selain itu

³⁰Tulus T. H Tambunan, *Industrialisasi di Negara Sedang Berkembang*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001, hlm. 91.

³¹Michaela. A. HITT, R. Duane Ireland, dkk, *Manajemen Strategis Daya Saing dan Globalisasi Konsep*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 7.

³²*Ibid.*, hlm. 12.

juga ukuran perusahaan dan pengalaman beroperasi perusahaan juga sangat penting.³³

Usaha kecil menengah dan koperasi (UKMK) merupakan kelompok usaha ekonomi yang penting dalam perekonomian kota Kudus. Hal ini disebabkan, usaha kecil menengah dan koperasi merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Oleh karena kesenjangan pendapatan yang cukup besar masih terjadi antara pengusaha besar dengan usaha kecil menengah dan koperasi (UKMK), pengembangan daya saing UKMK, secara langsung merupakan upaya dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, sekaligus mempersempit kesenjangan ekonomi.

Kesuksesan nabi Muhammad SAW, dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Larangan berdusta, menipu, mengurangi timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik di dunia ini maupun di akhirat nanti. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam ayat surat Al-Qur'an (Al-Muthaffiin : 1-6):³⁴

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ
وَزَنُوهُمْ كَحَسْرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ
يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Kecelakaan bagi orang-orang yang curang yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu yakin

³³Heru Sulisty, Ardian Adiatma, “Model Optimalisasi Kemitraan UKM (Usaha Kecil Menengah) BUMN (Badan Usaha Milik Pemerintah) Melalui program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) untuk Meningkatkan Kinerja UKM”, dalam Jurnal Riptek, Vol. 5, No. II, Tahun 2011, hlm. 26.

³⁴Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah*, Gema Insani, Jakarta, 2003, hlm. 55.

bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar yaitu hari ketika manusia berdiri menghadap Tuhan Semesta Alam.” (Al-Muthaffi'in : 1-6)

Bagi pembisnis yang jujur, Rasulullah SAW memberikan sebuah kabar gembira sebagaimana dikemukakan dalam sabda beliau:³⁵

التاجر الآمين الصدوق مع النبيين والصدّيقين والشهداء والصالحين (رواه الترمذی)

Artinya : *“Pedagang yang jujur dan tepercaya akan bersama para nabi, para shiddiqin, orang-orang yang mati syahid dalam peperangan, dan orang-orang yang saleh (kelak di dalam surga).”* (HR Imam Tirmidzi)

Untuk menghadapi kesuksesan diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing (terutama dalam bidang produksi) antara lain sebagai berikut.³⁶

- a. Daya saing kualitas. Produk-produk yang akan dipasarkan tentu kualitasnya harus bisa bersaing dengan baik.
- b. Daya saing harga. Tidak mungkin akan memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki sangat mahal harganya. Tidak mungkin akan bisa memasarkan suatu produk, jika harganya tinggi walaupun bagus kualitasnya.
- c. Daya saing marketing atau pemasaran. Dunia marketing berbicara mengenai pasar, maka hal yang penting adalah bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah diproduksi.
- d. Daya saing jaringan kerja (*networking*). Suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika bermain sendiri.

2. Sumber-sumber Keuntungan Bersaing Tingkat Dunia

Sumber keuntungan tingkat dunia secara umum berasal dari empat sebab: keunggulan komparatif konvensional, skala ekonomis atau kuva pengalaman yang meluas melampaui skala atau volume kumulatif yang bisa dicapai dalam satu pasar nasional, keunggulan dari

³⁵ *Ibid.*, hlm. 55

³⁶ *Ibid.*, hlm. 44.

diferensiasi produk serta karakter informasi pasar dan teknologi yang bermanfaat bagi masyarakat:³⁷

- a. *Keunggulan Komparatif*. Adanya keunggulan komparatif merupakan penentu klasik persaingan tingkat dunia. Bila suatu negara mempunyai keunggulan yang berarti dalam biaya faktor yang digunakan untuk menghasilkan sebuah produk, negara ini akan menjadi tempat produksi dan ekspor akan mengalir ke bagian dunia yang lain. Dalam industri yang demikian, posisi strategis perusahaan tingkat dunia di negara yang memiliki keunggulan komparatif ini menjadi penting bagi posisinya di dunia.
- b. *Skala Ekonomi Produksi*. Jika terdapat skala ekonomi dalam produksi (atau dalam menyediakan jasa) yang melampaui besarnya ukuran pasar nasional yang besar, perusahaan secara potensial dapat mencapai keunggulan biaya melalui produksi yang terpusat dan persaingan tingkat dunia. Sebagai contoh, pabrik baja berkecepatan tinggi yang modern mempunyai skala efisien minimum yang kurang lebih besarnya sama dengan 40% dari jumlah permintaan seluruh dunia. Kadang-kadang keunggulan integrasi vertikal merupakan kunci mencapai ekonomi produksi tingkat dunia, karena skala efisien dari sistem yang terintegrasi secara vertikal lebih besar daripada ukuran pasar nasional. Mencapai skala ekonomi dalam produksi tentu saja memerlukan ekspor ke negara-negara lain.
- c. *Pengalaman Tingkat Dunia*. Pada teknologi yang biayanya sangat menurun dengan diperolehnya pengalaman, kemampuan untuk menjual ragam produk yang sama di banyak pasar nasional dapat memberi manfaat. Volume kumulatif per model akan lebih besar jika model tersebut terjual di banyak pasar nasional, sehingga memberikan keunggulan biaya bagi peserta persaingan tingkat

³⁷Michael E. Porter, Agus Maulana, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Erlangga, Jakarta, 2008, hlm. 243-246.

dunia. Situasi ini mungkin telah terjadi dalam industri pembuatan truk pengangkat ringan, dimana Toyota menguasai posisi pemimpin. Persaingan tingkat dunia dapat memungkinkan perolehan pengalaman yang lebih cepat, meskipun seandainya kurva pengalaman telah mendatar pada volume kumulatif yang akhirnya tercapai dengan bersaing di suatu pasar geografis tertentu. Karena secara potensial suatu perusahaan dapat memperoleh pengalaman dengan menyebarkan peningkatan di antara pabrik-pabriknya, keunggulan biaya yang didapat dari persaingan tingkat dunia akan dapat diperoleh meskipun jika produksi tidak disentralisasikan melainkan dilakukan di masing-masing pasar nasional.

- d. *Skala Ekonomi Logistik*. Jika suatu sistem logistik internasional secara alamiah melibatkan biaya-biaya tetap yang dapat disebar dengan memasok banyak pasar nasional, perusahaan tingkat dunia juga dapat memungkinkan pencapaian skala ekonomis dalam logistik yang berasal dari kemampuan menggunakan sistem yang lebih khusus, misalnya angkutan kapal laut khusus. Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan Jepang telah mencapai penghematan biaya yang besar dengan menggunakan kapal khusus untuk mengangkut bahan baku dan produk akhir baja dan mobil. Beroperasi dengan tingkat volume dunia dapat memungkinkan pemikiran kembali yang menyeluruh mengenai pengaturan logistik.
- e. *Skala Ekonomi Pemasaran*. Walaupun banyak aspek dari fungsi pemasaran secara alamiah harus dilakukan dimasing-masing pasar nasional, terdapat kemungkinan untuk mencapai skala ekonomis dalam pemasaran yang melebihi ukuran pasar nasional di industri-industri tertentu. Yang paling jelas adalah industri dimana armada wiraniaga bersama digunakan untuk seluruh dunia. Dalam bidang konstruksi berat dan dalam pembuatan pesawat terbang atau generator turbin, misalnya tugas penjualan sangat rumit dan

dilakukan jarang-jarang dengan relatif sedikit pembeli. Dengan demikian perusahaan tingkat dunia dapat menyebar biaya tetap kelompok wiraniaga yang sangat terampil dan mahal di banyak pasar nasional.

- f. *Skala Ekonomi dalam Pembelian.* Bilamana terdapat peluang untuk mencapai skala ekonomi dalam pembelian sebagai hasil dari kekuatan tawar menawar atau biaya pemasok yang lebih rendah dalam produksi untuk jangka panjang yang melebihi apa yang diperlukan untuk bersaing di pasar nasional tertentu, perusahaan dunia akan mempunyai keunggulan biaya potensial. Sebagai contoh, produsen pesawat televisi untuk seluruh dunia tampaknya mampu membeli transistor dan dioda dengan biaya yang rendah. Keunggulan demikian akan paling mungkin terjadi bila volume yang dibeli oleh industri tidak terlalu besar dibandingkan dengan ukuran industri yang menghasilkan bahan baku atau komponennya, jika jumlah pembelian besar, sebagian besar kekuatan tawar menawar akan hilang. Jika perusahaan terjun langsung dalam ekstraksi bahan baku (mineral) atau produksi (produk-produk pertanian), keunggulan potensialnya serupa. Jika skala efisien untuk menambang suatu mineral tertentu lebih besar daripada kebutuhan perusahaan akan mineral tersebut guna bersaing di pasar nasional yang besar, misalnya perusahaan yang melakukan penambangan pada tingkat skala efisien dan bersaing secara global akan mempunyai keunggulan biaya. Tetapi, kebutuhan untuk bersaing secara global guna mencapai keunggulan ini mensyaratkan bahwa perusahaan tidak dapat melakukan penambangan pada skala efisien dan kemudian menjual kelebihan mineralnya ke perusahaan lain.
- g. *Diferensiasi Produk.* Pada beberapa bisnis, terutama yang progresif secara teknologi, persaingan tingkat dunia dapat memberikan kepada perusahaan jalan masuk ke reputasi dan kredibilitas. Dalam

industri kosmetik selera tinggi, misalnya sebuah perusahaan memanfaatkan kehadirannya di Paris, London dan New York guna mendapatkan citra agar dapat bersaing dengan sukses di Jepang.

- h. *Teknologi Produk Milik Sendiri*. Skala ekonomis global dapat diperoleh dari kemampuan menerapkan teknologi milik sendiri (*proprietary technology*) di berbagai pasar nasional. Kemampuan ini terutama penting bilamana skala ekonomis dalam riset adalah besar dibandingkan dengan hasil penjualan disatu pasar nasional tertentu. Komputer, semikonduktor, pesawat terbang dan turbin adalah industri-industri dimana keunggulan teknologi dari perusahaan skala dunia jelas sangat besar. Beberapa kemajuan di bidang teknologi sangat mahal sehingga memerlukan penjualan tingkat dunia untuk mengimbanginya. Persaingan tingkat dunia juga dapat memberikan kepada perusahaan serangkaian kesempatan untuk pengembangan teknologi seluruh dunia yang dapat meningkatkan daya saing teknologinya.
- i. *Mobilitas Produksi*. Kasus khusus yang penting dari adanya penghematan karena skala dan pembagian teknologi kepemilikan muncul bilamana produksi suatu produk dan jasa bersifat mobil. Sebagai contoh, pada industri konstruksi berat perusahaan memindahkan para karyawannya dari satu negara ke negara lain untuk membangun proyek, kapal tanker minyak dapat mengangkut minyak ke segala tempat di muka bumi, awak seismik, anjungan minyak dan konsultan juga bersifat mobil. Dalam industri yang demikian, biaya tetap untuk menciptakan dan memelihara organisasi serta mengembangkan teknologi kepemilikan dapat melakukan investasi dalam tenaga trampil atau peralatan mobil yang pemanfaatannya tidak ditentukan berdasarkan permintaan akan produk hanya di satu pasar nasional, inipun merupakan contoh lain dari adanya skala ekonomis yang besarnya melampaui ukuran satu pasar tunggal.

Seringkali sumber keuntungan global terjadi dalam bentuk kombinasi, dan mungkin saja terjadi interaksi di antara sumber-sumber tersebut. Sebagai contoh, penghematan dalam produksi dapat memberikan basis untuk menyerbu ke pasar asing, yang kemudian membawa kepada skala ekonomis logistik atau pembelian.

Arti dari masing-masing sumber keuntungan global jelas tergantung pada dua hal. *Pertama*, berapa besar arti dari aspek bisnis yang dipengaruhi oleh skala ekonomis global terhadap biaya total? *Kedua*, berapa besar arti dari aspek bisnis dimana pesaing tingkat dunia mempunyai keunggulan bagi persaingan? Suatu keunggulan pada bidang yang merupakan persentase biaya yang rendah terhadap biaya total (misalnya, armada wiraniaga) masih dapat sangat penting untuk keberhasilan atau kegagalan bersaing dalam bisnis tertentu. Dalam hal ini, bahkan suatu perbaikan dalam biaya atau efektivitas yang diakibatkan oleh persaingan tingkat dunia dapat mempunyai arti yang penting.

D. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian Hendratno Eko Putra pada tahun 2010 dengan judul *Peran Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pembinaan Sentra Usaha Kecil Produksi Tempe di Kelurahan Tenggilis Mejoyo Kecamatan Tenggilis Mejoyo Pemerintah Kota Surabaya*. Penelitian ini didasarkan pada fenomena pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang masih menghadapi hambatan atau kendala antara lain kurangnya permodalan, kurangnya pelatihan, dan terbatasnya akses pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam memberikan pembinaan terhadap sentra usaha kecil. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan pelatihan teknologi produksi yang diselenggarakan Dinas Koperasi UMKM pemerintah Kota Surabaya yang bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Penanaman Modal

Pemerintah Kota Surabaya berupa penyuluhan tentang kewirausahaan dan seminar tentang teknologi produksi. Serta bantuan mesin produksi dari DISPERINDAG sejumlah lima unit. Bentuk pemasaran produksi tempe di Tenggilis Mejoyo yaitu dalam bentuk personal sehingga pengusaha kecil mampu memasarkan hasil produksinya secara individu. Hasil dari penelitian ini adalah peran pemerintah setempat telah bekerja sesuai sasaran meskipun terdapat kendala kurang sadarnya pengusaha kecil.

Penelitian tersebut berbeda dengan yang peneliti angkat di dalam kajian yang diteliti, karena penelitian tadi bergerak di bidang produksi makanan yaitu produksi tempe. sedangkan peneliti ini pada bidang kerajinan logam pisau. Peneliti akan mengkaji bagaimana peran pemerintah diintegrasikan dalam meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar bebas. Objek penelitian ini pada usaha pengrajin logam pisau di Kabupaten Kudus.

Penelitian Irdayanti pada tahun 2012 dengan judul *Peran Pemerintah dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi Kasus : Klaster Kasongan dalam Rantai Nilai Tambah Global*. Pada kerajinan gerabah Kasongan di Yogyakarta. Pengembangan gerabah Kasongan ini tentu akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan dan penguatan ekonomi daerah. Pada tahun 2004 nilai ekspor untuk komoditi tanah liat mencapai US\$638,789.92 dan menurun pada tahun 2005 hingga mencapai US\$346,069.99 dan kemudian terus naik hingga tahun 2006 mencapai US\$841,532.56. Menurunnya komoditi tersebut disebabkan terbatasnya ketersediaan bahan baku dimana banyak produsen yang menghentikan sementara *supply* bahan bakunya, selain itu juga disebabkan oleh jarak dengan sumber bahan baku yang relatif jauh, mahalnya biaya transportasi akibat naiknya harga BBM (Bahan Bakar Minyak) dan gempa bumi. Kebijakan yang telah dilakkan oleh pemerintah selama ini adalah menciptakan iklim usaha kondusif melalui peraturan daerah, penerapan HAKI,

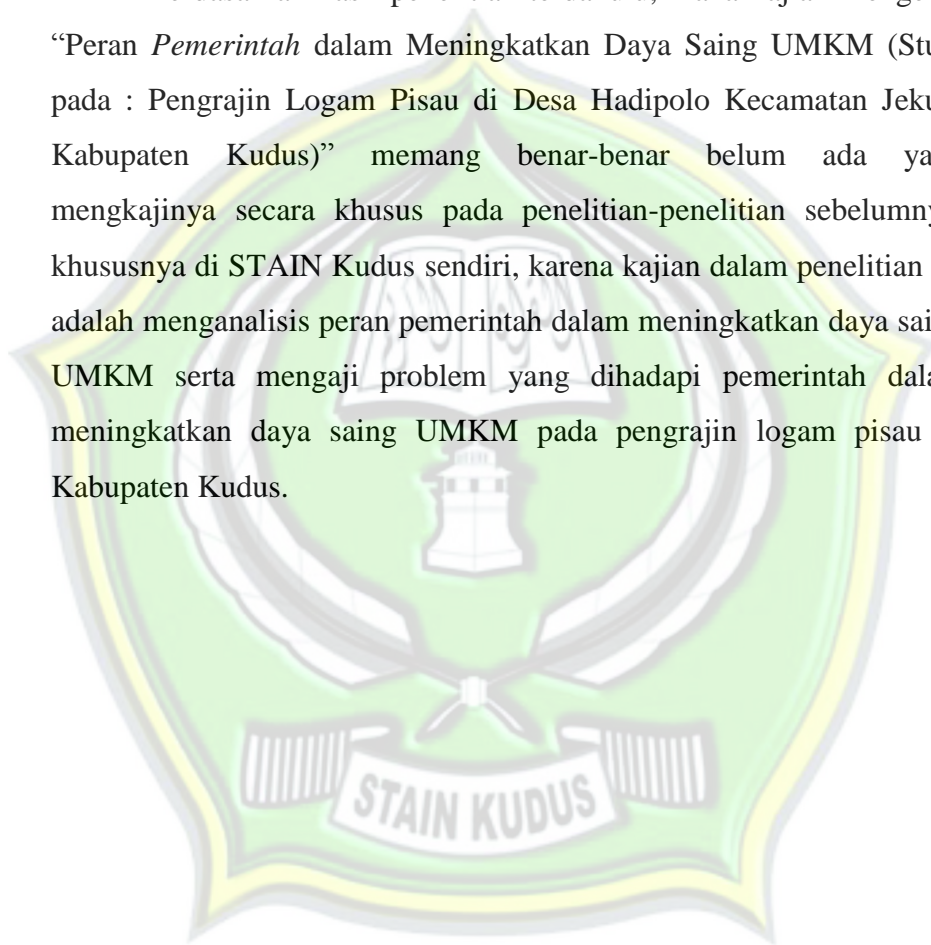
pengembangan produk baru, peningkatan promosi atau pemasaran melalui pasar seni gabusan, pembuatan website dan kawasan wisata. Hasil penelitian ini adalah kerajinan gerabah kasongan telah banyak melakukan perkembangan, namun perkembangan ini belumlah dapat dikatakan berjalan secara menyeluruh, melainkan terhadap pada aspek-aspek tertentu saja (bersifat parsial).

Penelitian tersebut berbeda dengan yang peneliti angkat di dalam kajian yang diteliti, karena penelitian tadi bergerak dibidang produksi kerajinan gerabah. Sedangkan peneliti ini pada bidang kerajinan logam pisau. disini peneliti akan mengkaji bagaimana peran pemerintah diintegrasikan dalam meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar bebas. Objek penelitian ini pada usaha pengrajin logam pisau di Kabupaten Kudus.

Penelitian Michel Christian Turambi dengan judul *Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Perternakan Ayam (Studi Perternakan Ayam di Desa Tara-Tara Kecamatan Tomohon Barat Kota Tomohon*. Pemberdayaan UKM peternakan ayam Desa Tara-Tara Kota Tomohon menghadapi permasalahan meliputi keterbatasan kualitas SDM pelaku UKM ditandai dengan minimnya pelaku UKM yang berpendidikan tinggi, akses terhadap sumber daya produktif seperti keterbatasan permodalan dan akses teknologi, masalah infrastruktur, seperti pasar yang representatif dan sarana jalan yang memudahkan bagi UKM untuk menjual hasil usahanya, dan masalah birokrasi pemerintah, seperti kualitas dan kuantitas sumber daya aparatur pemerintah dalam pembinaan dan pendampingan bagi UKM. Hasil penelitian ini adalah Peran pemerintah dirasakan sangat mendorong dan sangat bermanfaat. Hal ini disebabkan program dari pemerintah setempat mendukung dalam hal peningkatan populasi seperti program penyuluhan dan pelatihan peternakan, bantuan bibit unggul dan bantuan pinjaman modal untuk meningkatkan produktifitas peternakan.

Penelitian tersebut berbeda dengan yang peneliti angkat di dalam kajian yang diteliti, karena penelitian tadi bergerak di bidang perternakan ayam. Sedangkan peneliti ini pada bidang kerajinan logam pisau. Di sini peneliti akan mengkaji bagaimana peran pemerintah diintegrasikan dalam meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi pasar bebas. Objek penelitian ini pada usaha pengrajin logam pisau di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka kajian mengenai “Peran *Pemerintah* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada : Pengrajin Logam Pisau di Desa Hadipolo Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus)” memang benar-benar belum ada yang mengkajinya secara khusus pada penelitian-penelitian sebelumnya, khususnya di STAIN Kudus sendiri, karena kajian dalam penelitian ini adalah menganalisis peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM serta mengaji problem yang dihadapi pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM pada pengrajin logam pisau di Kabupaten Kudus.



E. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dikupas. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan dalam skripsi ini digambarkan dalam diagram berikut:

