

PERENCANAAN STRATEGIS PEMERINTAH DAERAH  
KABUPATEN BANDUNG DARAT DALAM PENGUATAN  
KAPASITAS UMKM UNTUK MENGHADAPI MASYARAKAT  
EKONOMI ASEAN

Yusep Ginanjar  
Kristyono Ratmoko

Abstrak

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah bentuk Integrasi Ekonomi ASEAN yang direncanakan akan tercapai pada tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA tersebut, para pemimpin negara ASEAN pada KTT ASEAN ke-13 pada bulan November 2007 di Singapura, menyepakati *ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint*, sebagai acuan seluruh negara anggota dalam mengimplementasikan komitmen MEA. MEA adalah keniscayaan bagi Indonesia khususnya untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu Kabupaten di Indonesia yang harus mempersiapkan UMKM menghadapi MEA adalah Kabupaten Bandung Barat (KBB). Kesiapan itu harus bisa diimplementasikan melalui strategi-strategi yang dapat menjadikan UMKM di KBB mempunyai kemampuan dalam memaksimalkan performanya ditengah gempuran produk-produk dari negara-negara lain yang tergabung dalam MEA.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dilakukan di kabupaten Bandung Barat dengan mengambil data di dinas koperasi dan UKM, serta observasi langsung ke beberapa UMKM yang ada di kabupaten Bandung Barat. Serta dilakukan wawancara pada para pihak terkait.

Hasil dari penelitian ini yaitu perencanaan strategis yang dicanangkan adalah meningkatkan kualitas dan standar produk, meningkatkan akses finansial, Meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan UMKM, meningkatkan akses dan transfer teknologi bagi UKM untuk pengembangan UKM inovatif, memfasilitasi UKM berkaitan akses informasi dan promosi di luar negeri.

Kata Kunci : MEA, UMKM, Bandung Barat, Perencanaan Strategis

## Latar Belakang

Pada saat ini sudah diimplemetasikan secara bertahap mengenai Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). MEA terwujud dari keinginan negara-negara anggota *Association of South East Asia Nations* (ASEAN) untuk mewujudkan ASEAN menjadi kawasan perekonomian yang solid dan diperhitungkan dalam percaturan perekonomian Internasional. Para Pemimpin ASEAN telah sepakat untuk mewujudkan MEA pada tahun 2015 dengan 4 pilar, yaitu (1) pasar tunggal dan basis produksi, (2) kawasan ekonomi berdaya saing tinggi, (3) kawasan dengan pembangunan ekonomi yang setara dan (4) kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global. Dengan adanya MEA, tujuan yang ingin dicapai adalah adanya aliran bebas barang, jasa dan tenaga kerja terlatih (*skilled labour*), serta aliran investasi yang lebih bebas. Dalam penerapannya MEA akan menerapkan 12 sektor prioritas, yaitu perikanan, *e-travel*, *e-ASEAN*, automotif, logistik, industri berbasis kayu, industri berbasis karet, *furniture*, makanan dan minuman, tekstil serta kesehatan.

Bagi Indonesia, pembentukan MEA 2015 akan memberikan beberapa tantangan yang tidak hanya bersifat internal di dalam negeri tetapi terlebih lagi persaingan dengan sesama negara ASEAN dan negara lain di luar ASEAN seperti Cina dan India. Persaingan yang ketat ini akan berdampak pada harga yang kompetitif pula, bukan hanya komoditi/produk/jasa unggulan industri besar (UB), tetapi juga sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) karena kesamaan karakteristik produk. Menyadari peran UMKM sebagai kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan

cukup dominan dalam perekonomian, maka pencapaian kesuksesan MEA 2015 mendatang juga akan dipengaruhi oleh kesiapan UMKM.

UMKM di Indonesia telah terbukti mampu bertahan dari guncangan ekonomi dan menjadi penyelamat bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun 1997 dan krisis global 2008. Jumlah UMKM di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia. Meski secara kuantitas sangat besar dan menyerap banyak tenaga kerja, pangsa dalam pendapatan nasional masih sekitar 57%.

Di Indonesia, UMKM hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang bersifat klasik atau *intermediate* atau *advanced*. Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antar sektor atau perusahaan pada sektor yang sama. Namun, ada sejumlah permasalahan yang umum dihadapi oleh semua UMKM. Walaupun perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi adalah rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM, yaitu: rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan

bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia

Dalam menghadapi MEA 2015 perlu dilakukan penguatan UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional, terlebih dalam era MEA dimana akan terjadi integrasi ekonomi di kawasan ASEAN dan akhirnya akan mendorong kompetisi di bidang perekonomian. Berangkat dari permasalahan di atas bahwa UMKM yang seharusnya menjadi aktor penting bagi pengembangan perekonomian Indonesia, tetapi belum mendapat sokongan dan perlindungan dalam menjalankan usahanya, maka perlu dilakukan kajian mendalam guna menjabarkan bagaimana peran penting UMKM dan daya dukung pemerintah dalam membangun sektor UMKM untuk persiapan menghadapi MEA 2015 secara menyeluruh. Pembatasan bidang dalam penelitian ini merujuk pada linieritas *ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint/Masyarakat Ekonomi ASEAN* yang menuntut Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah berikut: Bagaimana perencanaan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat meningkatkan kapasitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN?

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena-fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi serta aktivitas (Moleong, 2006:10). Kemudian menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk

menggambarkan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sedang terjadi atau ada (John, 2010). Adapaun pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, observasi dan wawancara.

### Kerangka Teoritis

Kaum pluralis menganggap bahwa studi dalam Hubungan Internasional bukan hanya pada hubungan antara negara-negara saja, karena dalam Hubungan Internasional didalamnya terdapat pula hubungan antara masyarakat, kelompok-kelompok, dan organisasi-organisasi yang berasal dari negara berbeda atau lintas batas internasional. Hubungan kerja sama yang coba diciptakan kaum pluralis ternyata menguntungkan ketimbang gengsi militer para kaum realis. Sehingga Viotti dan Kauppi berasumsi mengenai dasar-dasar Pluralisme yaitu : (1) *Non-state actors* adalah faktor utama dalam *world politics*, (2) *State* bukan *unitary actor* (3) *State's behavior* selalu rasional, (4) Agenda atau isu-isu dalam Hubungan Internasional. Beranjak pada hal tersebut maka penelitian ini menggunakan pendekatan pluralisme dengan asumsi bahwa keterlibatan UMKM menjadi aktor internasional sebagai bagian dari pluralisme.

### Gambaran Umum Kabupaten Bandung Barat

Geografis Kabupaten Bandung Barat terletak pada 06° 41' - 07° 19' Lintang Selatan dan 107° 22' - 108° 05' Bujur Timur. Keseluruhan wilayah Kabupaten Bandung Barat memiliki luas

wilayah 1.305,77 Km<sup>2</sup> atau 130.577,40 Ha yang terbagi menjadi 16 wilayah administrasi Kecamatan yaitu Lembang, Parongpong, Cisarua, Cikalongwetan, Cipeundeuy, Ngamprah, Cipatat, Padalarang, Batujajar, Cihampelas, Cililin, Cipongkor, Rongga, Sindangkerta, Gununghalu dan Saguling. Secara Geografis Kabupaten Bandung Barat Terletak di antara 60,3 73' sampai dengan 70,1 31' Lintang Selatan dan 1070,1 10' sampai dengan 1070,4 40' Bujur Timur.

Jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat yang cukup besar dapat dijadikan aset pembangunan bila kualitas sumber daya manusianya (SDM) dikelola dengan baik. Tahun 2013 jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat mencapai 1.614.495 orang, penduduk laki-laki berjumlah 820.305 orang, sedangkan perempuan 794.190 orang, sehingga rasio jenis kelaminnya mencapai 1,03. Dengan rata-rata kepadatan penduduk per kilometer persegi mencapai 1.236 jiwa, dimana Kecamatan Ngamprah memiliki kepadatan penduduk yang paling tinggi yaitu sebanyak 4.605 orang per kilometer persegi, sedangkan Kecamatan Gununghalu merupakan kepadatan yang terendah yaitu sebesar 452 orang per kilometer persegi.

### Struktur Ekonomi Bandung Barat

Pada tahun 2013 sektor sekunder masih mendominasi perekonomian Kabupaten Bandung Barat. Struktur ekonomi Kabupaten Bandung Barat pada periode 2011-2013 tampak mengalami pergeseran, meskipun relatif sangat kecil. Selama periode tersebut sektor sekunder mengalami penurunan selama

tiga tahun terakhir dari 51,31 persen (2011) menjadi 50,85 persen (2013). Sektor Perdagangan Hotel Restoran (PHR) menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan selama tiga tahun terakhir. Kabupaten Bandung Barat memiliki sumber daya alam yang dapat dijadikan tempat wisata alam yang representatif. Potensi tersebut mendorong kinerja sektor ini bergerak secara simultan untuk mendukung pengembangan obyek wisata yang ada. Sektor primer merupakan sektor dengan andil terkecil, yang disumbangkan oleh sektor pertanian, yaitu 14,57. Pada tahun 2013 kontribusi sektor ini mengalami kenaikan sebesar 2,5 persen dari tahun sebelumnya, yaitu dari 11,83 persen menjadi 14,57 persen. Pada tahun 2012 pertanian khususnya nilai tambah komoditi tanaman pangan sempat mengalami perlambatan karena berkurangnya luas panen akibat kekeringan. Namun pada saat ini, sektor pertanian khususnya sub sektor tanaman bahan makanan mengalami percepatan. Diakui bahwa kegiatan sub sektor ini sangat dipengaruhi oleh kondisi alam, tetapi berbagai upaya terus dilaksanakan Pemerintah Daerah untuk optimalisasi lahan, sarana produksi dan teknologi yang ada agar produksi pertanian terus meningkat. Selain tanaman pangan, Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi yang sangat bagus dalam pengembangan tanaman hortikultura.

Namun secara umum, perekonomian Kabupaten Bandung Barat masih didominasi oleh sektor industri dengan andil sebesar 41,76 persen. Diikuti oleh sektor (PHR) dan sektor pertanian dengan kontribusi sebesar 21,22 persen dan 11,87 persen. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita atas dasar berlaku

selama kurun waktu 2011-2013 menunjukkan peningkatan yang cukup berarti. PDRB per kapita/tahun Atas Dasar Berlaku Kabupaten Bandung Barat tahun tahun 2010 Rp. 19,354,913.13 meningkat pada tahun 2012 menjadi Rp. 21,721,238.05,- dan pada tahun 2013 mencapai Rp. 24,675,243.28,-.

Pertumbuhan PDRB per kapita atas dasar harga berlaku tahun 2013 mencapai 10,06 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan PDRB per kapita atas dasar berlaku tidak menggambarkan peningkatan secara riil, tetapi lebih disebabkan adanya pengaruh kenaikan harga atau tingkat inflasi yang terjadi di wilayah tersebut. Sedangkan PDRB per kapita atas dasar konstan 2000 yang menggambarkan nilai tambah riil penduduk Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2010 sebesar Rp. 8,502,534.79,- dan pada tahun 2012 meningkat menjadi Rp. 9,016,250.41,- Sedangkan PDRB per kapita tahun 2013 mencapai Rp. 9,552,080.77,- atau tumbuh sebesar 4,00 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Perkembangan investasi di Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat dari perkembangan Pembentukan Barang Modal Tetap Bruto (PMTB). Selama periode 2009-2012 PMTB di Kabupaten Bandung Barat menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dari 1.972.801,27 juta rupiah pada tahun 2009 menjadi 2.953.271,09 juta rupiah pada tahun 2012. Dilihat dari institusi pelaku PMTB terbagi empat yaitu: swasta, rumah tangga, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) serta pemerintah.

## Kondisi UMKM di Kabupaten Bandung Barat

Setiap bisnis pasti akan mengalami pasang surut serta untung dan rugi dalam perjalanannya. Faktor-faktor pendukung dan penghambat pun menjadi salah satu indikator kemunduruan atau kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung Barat. Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah di Kabupaten Bandung Barat, yaitu keterbatasan modal kerja dan/atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, keterbatasan teknologi, SDM dengan kualitas yang baik (terutama manajemen dan teknisi produksi), informasi khususnya mengenai pasar dan kesulitan dalam pemasaran (termasuk manajemen dan teknisi distribusi). Adapun penjelasannya seperti di bawah ini:

### 1. Kesulitan Pemasaran

Dalam literatur, pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UKM. Hasil dari suatu studi lintas negara yang dilakukan oleh James dan Akrasanee (1998) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa pemasaran adalah termasuk *growth constraint* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil dan menengah (masalah ini dijumpai tidak terlalu serius di Singapura). Pada dasarnya jika UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek-aspek yang terkait dengan pemasaran seperti kualitas produk dan kegiatan promosi, maka sulit sekali bagi UKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era

promosi maka sulit sekali bagi UKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

Hasil studi lapangan pada UMKM di Kabupaten Bandung Barat menunjukkan bahwa salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk produk serupa buatan luar negeri dan impor, maupun di pasar ekspor. Jika melihat fakta pada saat ini, negara-negara Asia yang terkena krisis keuangan seperti Indonesia, Filipina dan Korea Selatan, masalah pemasaran bisa menjadi lebih serius, karena sebagai salah satu efek dari krisis tersebut akses ke kredit bank menjadi sulit (kalau tidak dapat dikatakan tertutup sama sekali), ditambah lagi dengan mahalanya bahan baku yang pada umumnya diimpor, dan permintaan pasar dalam negeri yang menurun karena merosotnya tingkat pendapatan riil masyarakat per kapita. Akibatnya dapat diduga bahwa banyak UKM tidak memiliki sumber daya produksi yang cukup untuk paling tidak mempertahankan volume produksi dan memperbaiki kualitas dari produk-produk mereka, dan ini berarti mereka semakin sulit untuk meningkatkan atau bahkan mempertahankan tingkat daya saing mereka di pasar domestik maupun pasar internasional.

## 2. Keterbatasan Finansial

UKM diKabupaten Bandung Barat menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi modal awal (*start-up capital*) dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang. Walau pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi, apa lagi untuk investasi (perluasan kapasitas produksi atau menggantikan mesin-mesin tua). Sementara, mengharapkan sisa dari kebutuhan finansial sepenuhnya dibiayai oleh dana dari perbankan jauh dari realitas. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika hingga saat ini walaupun begitu banyak skema-skema kredit dari perbankan dan dari bantuan BUMN, sumber-sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UKM, terutama usaha mikro/rumah tangga. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Tambunan (1994 dan 2000), hal ini disebabkan oleh pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele dan kurang informasi mengenai skema- skema perkreditan yang ada dan prosedurnya.

Di Kabupaten Bandung Barat dalam hal jenis kepemilikan modal, baik di kelompok IK maupun IRT jumlah pengusaha yang membiayai usahanya sepenuhnya dengan uang sendiri atau dengan modal sendiri dan pinjaman, lebih banyak daripada jumlah pengusaha yang menggunakan 100 persen modal dari pihak lain. Walaupun komposisinya bervariasi menurut golongan besar

industri, baik di IK maupun di IRT sebagian besar dari jumlah pengusaha dengan 100 persen modal sendiri terdapat di industri makanan, minuman dan tembakau, industri kulit, tekstil dan produk-produknya, dan industri kayu, bambu dan rotan serta produk-produknya.

### 3. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak UKM di Kabupaten Bandung Barat, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produksi, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, data *processing*, teknik pemasaran dan penelitian pasar. Sedangkan, semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.

### Perencanaan Strategis Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam Penguatan Kapasitas UMKM

Dari data gambaran umum Kabupaten Bandung Barat yang dihasilkan bahwa ada banyak UMKM yang terdaftar di pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Akan tetapi, dalam kenyataannya yang sangat aktif melakukan usaha hanya sepertiganya. Adapun perencanaan strategis pemerintah Kabupaten Bandung Barat

berdasarkan persoalan-persoalan yang muncul di atas adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas dan standar produk

Guna dapat memanfaatkan peluang dan potensi pasar di kawasan ASEAN dan pasar global, maka produk yang dihasilkan UKM haruslah memenuhi kualitas dan standar yang sesuai dengan kesepakatan ASEAN dan negara tujuan. Dalam kerangka itu, maka UKM harus mulai difasilitasi dengan kebutuhan kualitas dan standar produk yang dipersyaratkan oleh pasar ASEAN maupun di luar ASEAN. Peranan dukungan teknologi untuk peningkatan kualitas dan produktivitas serta introduksi desain kepada para pelaku UKM yang ingin memanfaatkan pasar ASEAN perlu segera dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara menurut Bupati Kabupaten Bandung Barat, Abu Bakar, Pemerintah Daerah (Pemda) Kabupaten Bandung Barat telah berupaya untuk memberikan pelatihan untuk peningkatan kualitas dan standar produk. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), di Kabupaten Bandung Barat ada sekitar 42.000 pelaku usaha, tetapi data itu sudah lama. Pada 2016, kami sendiri mencatat setidaknya ada sekitar 20.300 pelaku usaha dari semua jenis usaha. Sementara yang sudah terbina oleh Dewan Kerajinan Nasional (Dekranasda) ada 5.940 pelaku usaha. Jadi, sebetulnya masih banyak pelaku usaha yang perlu dibina dan dibantu dalam meningkatkan kualitas dan standar produk agar UMKM di Kabupaten Bandung Barat dapat berkembang menjadi pengusaha besar.

## 2. Meningkatkan akses finansial

Isu finansial dalam pengembangan bisnis UKM sangatlah klasik. Selama ini, belum banyak UKM yang bisa memanfaatkan skema pembiayaan yang diberikan oleh perbankan. Hasil survey *Regional Development Institute* (REDI, 2002) menyebutkan bahwa ada 3 *gap* yang dihadapi berkaitan dengan akses finansial bagi UKM, (1) aspek formalitas, karena banyak UKM yang tidak memiliki legal status; (2) aspek skala usaha, dimana sering sekali skema kredit yang disiapkan perbankan tidak sejalan dengan skala usaha UKM; dan (3) aspek informasi, dimana perbankan tidak tahu UKM mana yang harus dibiayai, sementara itu UKM juga tidak tahu skema pembiayaan apa yang tersedia di perbankan. Oleh karena itu, maka ketiga *gap* ini harus diatasi, diantaranya dengan peningkatan kemampuan bagi SDM yang dimiliki UKM, perbankan serta pendampingan UKM. Pada sisi lain, harus juga diberikan informasi yang luas tentang skema-skema pembiayaan yang dimiliki perbankan.

Para Pengusaha UMKM di Kabupaten Bandung Barat sudah mulai dikordinasikan dan dikonsolidasikan untuk dapat meningkatkan akses finansial. Memang dalam hal ini pemerintah belum melakukan upaya secara langsung mendatangi para perbankan atau membuat peraturan dan program secara umum untuk UMKM. Akan tetapi, langkah yang diambil oleh Kabupaten Bandung Barat adalah dengan memberikan bantuan permodalan secara langsung pada 2000 perempuan yang menyandang status janda dan melakukan usaha kecil melalui program PEKKA (Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga). Setiap kelompok

usaha diberikan modal 10 juta dari pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan sebagiannya lagi mendapat 25 juta perkelompok dari pemerintah Provinsi Jawa Barat.

Sementara itu untuk UMKM secara umum pemerintah Kabupaten Bandung Barat mengarahkan dan memfasilitasi UMKM nya untuk bisa mengikuti program yang dilakukan oleh Provinsi Jawa Barat, yaitu program Kredit Cinta Rakyat atau KCR melalui Bank Jawa Barat (BJB) untuk UMKM. Hal tersebut telah dilakukan mulai dari tahun 2012.

### 3. Meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan UMKM

Secara umum kualitas SDM pelaku UKM di Indonesia masih rendah. Terlebih lagi *spirit* kewirausahaannya. Kalau mengacu pada data UKM pada tahun 2008, tingkat kewirausahaan di Indonesia hanya 0,25% dan pada tahun 2011 diperkirakan sebesar 0,273%. Memang hal ini sangat jauh ketinggalan dengan negara-negara lain di dunia, termasuk di Asia dan ASEAN. Sebagaimana di Singapura, tingkat kewirausahaan di Singapura lebih dari 7% demikian juga di Amerika Serikat (USA), tingkat kewirausahaannya sudah mencapai 11,9%.

Oleh karena itu, untuk memperkuat kualitas dan kewirausahaan UKM di Indonesia, maka diperlukan adanya pendidikan dan latihan keterampilan, manajemen, dan pendidikan kilat (diklat) teknis lainnya yang tepat, yang sesuai dengan kebutuhan. Pengembangan kewirausahaan juga perlu ditingkatkan. Pencanangan Gerakan Kewirausahaan Nasional pada tanggal 2 Februari 2011 ditindaklanjuti dengan langkah konkrit,

seperti penyusunan *grand strategy* pengembangan kewirausahaan dan pelaksanaan di lapangan yang dilakukan dalam kaitannya dan bertanggung jawab. Hal penting yang juga perlu diperhatikan adalah perlunya dukungan modal awal terutama bagi wirausaha pemula.

Turunan dari program tersebut maka pemerintah Kabupaten Bandung barat untuk dapat meningkatkan jiwa usaha memberikan beasiswa pada para petani muda dan pelaku usaha kecil menengah agar bisa mampu mengembangkan usahanya. Selain dari itu, khususnya untuk para petani muda diberikan program magang ke Jepang agar bisa mengembangkan produk pertaniannya.

#### 4. Memperkuat dan meningkatkan akses dan transfer teknologi bagi UKM untuk pengembangan UKM inovatif

Akses dan transfer teknologi untuk UKM masih merupakan tantangan yang dihadapi di Indonesia khususnya Kabupaten Bandung Barat. Peranan inkubator, lembaga riset dan kerjasama antara lembaga riset dan perguruan tinggi serta dunia usaha untuk alih teknologi perlu digalakkan. Kerjasama atau kemitraan antara perusahaan besar, baik dari dalam dan luar negeri dengan UMKM harus didorong untuk alih teknologi dari perusahaan besar kepada UKM. Praktik seperti ini sudah banyak berjalan di beberapa negara maju, seperti USA, Jerman, Inggris, Korea, Jepang dan Taiwan. Model-model pengembangan klaster juga harus dikembangkan, karena melalui model tersebut akan terjadi alih teknologi kepada dan antar UKM.

Bagi pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat tantangan yang paling penting adalah transfer pengetahuan teknologi untuk pengembangan produk dan pemasaran. Untuk hal ini pemerintah Kabupaten Bandung Barat memaksimalkan berbagai pelatihan dan pendidikan melalui berbagai lembaga diantaranya adalah Balai Penelitian Tanaman Sayuran (BALITSA), Balai Pengembangan Perbibitan Ternak Sapi Perah (BPPT-SP) dan Balai Besar Pengembangan dan Perluasan Kerja (BBPPK) Lembang. Sementara untuk hasil kerajinan dan produk kreatif melalui Dekranasda Kabupaten Bandung Barat.

Pelatihan teknologi lainnya adalah mengenai pemasaran melalui *online*. Pelatihan teknologi dan informasi dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat melalui Balai Informasi Cermat. Di Balai Informasi Cermat masyarakat secara umum dan khususnya para pelaku usaha diberikan pelatihan mengenai *website* dan pemasaran secara *online*.

#### 5. Memfasilitasi UKM berkaitan akses informasi dan promosi di luar negeri

Bagian terpenting dari proses produksi adalah masalah pasar. Sebaik apapun kualitas produk yang dihasilkan, kalau masyarakat atau pasar tidak mengetahuinya, maka produk tersebut akan sulit dipasarkan. Oleh karena itu, maka pemberian informasi dan promosi produk-produk UKM, khususnya untuk memperkenalkan di pasar ASEAN harus ditingkatkan.

Promosi produk, bisa dilakukan melalui dunia maya atau mengikuti kegiatan-kegiatan pameran di luar negeri. Dalam

promosi produk ke luar negeri ini perlu juga diperhatikan kesiapan UKM dalam penyediaan produk yang akan dipasarkan. Sebaiknya dihindari mengajak UKM ke luar negeri, padahal mereka belum siap untuk mengeksport produknya ke luar negeri. Dalam kaitan ini, bukan saja kualitas dan desain produk yang harus diperhatikan, tetapi juga tentang kuantitas dan kontinuitas produknya.

Selain dari itu guna mendorong daya saing produk-produk dari para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) bersama Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung Barat membuka Gerai UMKM di Jalan Seskoau, Lembang. Diharapkan, Gerai UMKM itu bisa menjadi pelengkap tujuan wisata di kawasan Lembang (Pikiran Rakyat,2017).

## Penutup

MEA memang suatu kondisi yang harus bisa dilewati oleh segenap elemen bangsa Indonesia khususnya UMKM. Hasil dari penelitian yang dilakukan terlihat bahwa ada berbagai persoalan yang muncul yaitu keterbatasan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM), keterbatasan finansial dan persoalan pemasaran. Oleh karena itu, pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat telah mempersiapkan strategi memaksimalkan kapabilitas UMKM dalam bersaing dengan UMKM yang lain baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Program-program yang dicanangkan adalah: Meningkatkan kualitas dan standar produk; Meningkatkan akses finansial;

Meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan UMKM; Memperkuat dan meningkatkan akses dan transfer teknologi bagi UKM untuk pengembangan UKM inovatif; Memfasilitasi UKM berkaitan akses informasi dan promosi di luar negeri. Sebagian program telah dilaksanakan dan mulai terlihat hasilnya.

#### Daftar Pustaka

- Abdul Wahab, Solichin. (2002). Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara, Jakarta, PT. Bumi Aksara
- Agustino, Leo. (2005). Politik dan Otonomi Daerah. Banten : Untirta Press.
- Ali M, Takdir. (2013). Paradiplomacy: Kerjasama Luar Negeri Oleh Pemda Di Indonesia. Yogyakarta. The Phinisi Press.
- Arikunto Suharsimi (1998), Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan. Praktek, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Djelantik, Sukawarsini. (2008). Diplomasi antara Teori dan Praktik. Jakarta : Graha Ilmu.
- Gaffur, Abdul at all. (2006).Persoalan Otonomi Daerah di Indonesia. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Jawahir Thontowi, Kewenangan Daerah Dalam Melaksanakan Hubungan Luar Negeri (Studi Kasus di Propinsi Jawa

Barat dan DIY ) JURNAL HUKUM NO. 2 VOL. 16 APRIL 2009: 149-168).

Kushandajani. (2011). Makna Otonomi Daerah Di Wilayah Laut Bagi Masyarakat Pesisir. Semarang : FISIP UNDIP

Mardiasmo. (2002). Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta: ANDI.

Mazmanian Daniel A. dan Paul A. Sabatier, 1983. Implementation and Public Policy. America, Foresman and Company.

Moleong, Lexy J. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_ 2001. Metode Penelitian Kualitatif, cetakan keempatbelas, Bandung: PT Remaja Rosdakarya (anggota IKAPI).

Obsatar Sinaga, Implementasi Hubungan Luar Negeri oleh Pemerintah Daerah dalam Konteks Otonomi Daerah dan Hubungannya dengan Kebijakan One Door Policy Departemen Luar Negeri Republik Indonesia. Administratur. Vol. 3 \ No. 3 \ Desember 2010