STRATEGI PEMBIAYAAN JARINGAN KEMITRAAN BISNIS BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH

Oleh :
Deputi Bidang Pembiayaan
Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil – Menengah

Seminar Sehari :
"ALIH TEKNOLOGI DALAM PENGEMBANGAN UKM DAN AGROBISNIS"
Jakarta, 26 Mei 2003

STRATEGI PEMBIAYAAN JARINGAN KEMITRAAN BISNIS BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH

DISAMPAIKAN DALAM

SEMINAR SEHARI

"ALIH TEKNOLOGI DALAM PENGEMBANGAN UKM DAN AGROBISNIS"

Tanggal 26 Mei 2003

PENDAHULUAN

Pemulihan ekonomi bangsa saat ini masih tetap merupakan salah satu tugas pemerintah yang menempati prioritas tinggi. Berbagai kebijakan ekonomi nasional yang diarahkan kepada upaya mendorong secara simultan peningkatan kinerja sektor riil maupun sektor moneter terus dikembangkan dengan mempertimbangkan faktor ketersediaan sumber daya.

Pemerintah telah mengambil peran secara aktif sebagai fasilitator dan dinamisator dalam upaya menciptakan iklim usaha yang kondusif. Namun demikian peran serta dari seluruh komponen masyarakat termasuk didalamnya kelompok usaha kecil dan menengah, diharapkan secara bertahap mampu menggerakkan roda perekonomian keluar dari rangkaian krisis yang berkepanjangan.

Peluang bagi usaha kecil dan menengah untuk berperan lebih besar dan memiliki daya saing yang kuat telah pula diamanatkan dalam TAP MPR Nomor : XIV Tahun 1998 dimana ketetapan ini merupakan landasan strategis yang legal sehingga tercipta struktur ekonomi yang lebih berimbang dan berkeadilan antar pelaku ekonomi.

Peran aktif usaha kecil dan menengah pada era pasca krisis tetap mampu menciptakan lapangan kerja sehingga dapat berfungsi sebagai katup pengaman permasalahan tenaga kerja. Dimasa krisis, usaha kecil dan menengah telah terbukti tangguh bertahan karena pelakunya bersandar kepada sumber bahan baku dari local dan tidak mempunyai kewajiban dalam bentuk valuta asing.

Permasalahannya adalah ketangguhan usaha kecil dan menengah tersebut selama ini baru diakui dalam forum-forum seminar, lokakarya dan panel-panel diskusi baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun non pemerintah, namun tanpa ditindaklanjuti dengan upaya sistematis dalam pemberdayaan selanjutnya. Hal ini dapat dilihat dari "masih adanya permasalahan klasik yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah dari segi sumber daya manusia, teknologi, pembiayaan dan pemasaran".

Dari segi permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha kecil dan menengah tersebut aspek permasalahan dan pembiayaan banyak mempengaruhi kinerja UKM dalam mengembangkan usahanya, hal ini disebabkan karena UKM masih banyak bekerja atas dasar produk oriented dan sedikit yang bekerja atas dasar *market oriented.*

Memasuki era informasi di abad ini yang ditandai dengan perdagangan bebas, sudah sewajarnyalah dalam rangka menggalang penguasaan pasar atau *market skare* atas produk yang dihasilkan UKM harus membentuk jaringan kemitraan bisnis antar sesama UKM.

Bagi UKM, jaringan kemitraan bisnis mempunyai posisi yang sangat strategis dalam hal sebagai berikut :

1. Sebagai media untuk memperoleh informasi tentang perkembangan teknologi yang berkaitan dengan peningkatan kwalitas produksi dan upaya meningkatkan biaya produksi.
2. Sebagai media untuk memperoleh informasi tentang sumber-sumber bahan baku (input) dalam rangka kontinuitas produksi.

3. sebagai media untuk memperoleh informasi tentang potensi pasar dan perkembangan pasar sehingga dengan trend yang sedang berkembang dari segi mode, selera dan perilaku pasar.

4. Jaringan kemitraan bisnis bagi UKM akan bermanfaat karena lemahnya UKM dalam menerima permintaan pasar yang memerlukan pengumpulan produk secara cepat.

PENGEMBANGAN JARINGAN KEMITRAAN BISNIS UKM

Membangun jaringan kemitraan bisnis bagi UKM memerlukan beberapa pertimbangan agar jaringan tersebut benar-benar bermanfaat bagi upaya peningkatan kinerja UKM.

Hal-hal yang harus dipertimbangkan adalah :

1. Jenis informasi apa yang sangat diperlukan oleh para usaha kecil dan menengah. Sebelum menyusun sistem informasi, diperlukan identifikasi informasi apa saja yang diperlukan oleh UKM, informasi tersebut dapat berupa jenis produk, harga, kualitas, ukuran, volume dan cara-cara penyerahan serta pembayaran.

2. Bagaimana UKM dapat memperoleh atau mengakses informasi tersebut. Cara UKM memperoleh informasi dapat melalui sarana e-mail, faximile,telephone, bulletin, dan lain-lain.

3. Bagaimana posisi UKM dalam jaringan kemitraan bisnis tersebut. Dalam jaringan kemitraan bisnis UKM dapat beroperasi sebagai supplier produk jadi atau pengguna bahan baku.

4. Sampai seberapa jauh pembiayaan atau konsekuensi biaya yang muncul dapat berpengaruh bagi peningkatan volume dan pendapatan UKM. Atas informasi yang diperoleh UKM dapat menerima konsekuensi berupa biaya, biaya tersebut harus jelas

perlakuannya karena dapat sebagai komisi, bagian dari harga pokok atau beban biaya umum perusahaan.

5. Bagaimana legalitas jaringan kemitraan bisnis tersebut. Untuk menjaga kontiunitas mekanisme kerja dan manfaat jaringan kemitraan bisnis UKM perlu dipikirkan pembinaan kelembagaannya. Hal ini disebabkan karena kemitraan bisnis antar UKM biasanya berjalan tanpa melalui mekanisme **"kantor pemasaran bersama"**, tapi lebih pada upaya penyelesaian masalah pemasaran dalam jangka pendek.

PENINGKATAN EXPORT UKM MELALUI JARINGAN KEMITRAAN BISNIS

Diatas telah disebutkan bahwa peranan UKM dimasa krisis terbukti sebagai katup pengaman dalam perekonomian nasional dengan menyediakan lapangan usaha bagi angkatan baru maupun kelompok korban pemutusan hubungan kerja (PHK).

Akan tetapi dalam hal menghasilkan devisa secara langsung, peranan UKM masih perlu terus ditingkatkan, untuk itulah pentingnya peranan jaringan kemitraan bisnis UKM ini sangat strategis guna mendorong pemasaran bersama atau export bersama atas produk-produk yang dihasilkan UKM. Dalam hal ini konsep yang sedang dikembangkan adalah model *"Trading House Plus"* dengan tujuan meningkatkan volume export dengan melibatkan produk-produk yang dihasilkan UKM.

Adapun perusahaan *trading house plus* adalah : exportir yang sudah berjalan (exsis), volume exportnya masih dapat ditingkatkan, untuk meningkatkan volume export, sanggup menampung produk yang dihasilkan oleh UKM, minimal oleh 20 UKM disekitarnya. Melakukan pembinaan teknis produksi kepada UKM, melalui advokasi/pendampingan.

Model seperti ini menurut hemat kami adalah bentuk ideal dari apa yang diamanatkan oleh PP 44 tahun 1997 tentang kemitraan dalam hal untuk tujuan mengembangkan export produk UKM.

Dengan model pengembangan jaringan kemitraan bisnis sebagai tersebut diatas, maka Pemerintah telah mempersiapkan skema pembiayaan UKM ekspor dengan likuiditas dari ADB sebesar US$ 85 Juta yang akan disalurkan melalui :

1. Bank-bank Pelaksana : PT. BNI (Persero), PT. BRI (Persero), PT. Bank Mandiri (Persero), PT. Bank Bukopin, PT. Bank Danamon dan PT. Bank Niaga.
2. Bank Administrator : PT. Bank Export Indonesia.

Adapun ketentuan pinjaman adalah sebagai berikut :

1. Debitur adalah UKM yang berorientasi export langsung atau tidak langsung dengan penghasilan valuta asing.
2. Jumlah pinjaman maximal.
   a. USD 600.000 bagi UKM exportir secara individual.
   b. USD 1.000.000 bagi *Trading House Plus/Business Linkage* yang merupakan kelompok dari minimal 20 UKM.
3. Jangka waktu pinjaman maksimal adalah 8 (delapan) tahun termasuk masa tenggang maksimal 3 (tiga) tahun. Pembiayaan dilakukan dalam valuta US Dollar. Pembayaran bunga dan angsuran pokok dilakukan setiap 6 (enam) bulan.

Diharapkan pada bulan Agustus 2003 Loan Agreement (LA) sudah ditandatangani antara ADB dan Menteri Keuangan sebagai wakil Pemerintah Republik Indonesia.

PENUTUP

Pemulihan perekonomian nasional bangsa ini sangat memerlukan arus masuknya devisa dalam jumlah yang besar dan terus menerus, dengan itu maka ketergantungan terhadap hutang dari luar negeri akan semakin berkurang. Peningkatan arus masuk devisa tersebut dapat dilakukan melalui upaya peningkatan volume export, dimana peran UKM perlu ditingkatkan.

Jaringan kemitraan bisnis bagi UKM mampu menghasilkan produk unggulan yang berkualitas dan sangat diharapkan dapat menembus pasar regional maupun internasional. Sehingga diperlukan strategi pembiayaan UKM ekspor yang tercakup dalam **kluster bisnis**, dimana terkait antar sentra-sentra produk dengan pemeliharaan pengelola/eksportir.

DEPUTI BIDANG PEMBIAYAAN