

## BAB IV

### STRATEGI PENGEMBANGAN UKM DOMESTIK DAN REGIONAL DALAM MENGHADAPI LIBERALISASI PERDAGANGAN

#### IV.1. Hambatan Politis dalam Pengembangan UKM di Indonesia

Sejak 1980-an, Thailand, Malaysia, Indonesia, China dan Filipina sudah mulai tergolong sebagai kelompok negara NIEs (*Newly Industrialized Economies*) di Asia. Namun hingga pertengahan 2000-an, Indonesia dan Filipina belum dapat sepenuhnya mengatasi dampak krisis ekonomi. Bahkan Indonesia disebut-sebut tengah mengalami deindustrialisasi dan mulai tergolong sebagai LDCs (*Least Developed Countries*). Upaya Indonesia untuk mengatasi krisis ekonomi semakin dipersulit dengan adanya instabilitas kondisi sosial-politik dalam negeri. Di kawasan Asia Tenggara, pertumbuhan ekonomi Thailand dan Malaysia dapat dikatakan cukup signifikan. Sementara di Asia Timur, China mulai tumbuh sebagai kekuatan ekonomi dunia dan telah mampu menyaingi kekuatan ekonomi Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Dalam mengupayakan pertumbuhan ekonomi China, Djafar mengemukakan bahwa ada dua hal penting yang dapat dijadikan sebagai referensi, yaitu bangunan politik dalam negeri yang kuat dan peran negara yang maksimal merupakan kunci utama keberhasilan ekonomi.<sup>230</sup> Kedua hal tersebut dapat pula diproyeksikan dalam melihat pertumbuhan ekonomi Thailand dan Malaysia, khususnya keberhasilan kedua negara tersebut dalam membangun sektor UKM yang kompetitif di pasar internasional.

Menteri Perindustrian dan Perdagangan Internasional Malaysia menyatakan bahwa stabilitas politik Malaysia merupakan pilar utama bagi kekuatan ekonomi negara.<sup>231</sup> Stabilitas politik dalam negeri dapat menjamin iklim usaha yang *predictable* dan karenanya, dapat meningkatkan kepercayaan investor. Malaysia yang selama beberapa dekade terakhir dipimpin oleh kelompok Barisan Nasional, masih dapat dikategorikan sebagai *soft authoritarian state*. Walaupun menghadapi berbagai kelompok oposisi dan sempat mengalami

<sup>230</sup> Zainuddin Djafar, op.cit. p. 115.

<sup>231</sup> *Political Stability a Major Factor for Economic Success*. Bernama, 14 Juni 2006 di dalam <http://www.mida.gov.my> (diakses tanggal 9 Mei 2008).

beberapa ketegangan rasial, pemerintah Malaysia masih dapat mempertahankan stabilitas politik dalam negeri dan tetap berperan sebagai aktor utama dalam pengambilan keputusan. Tingkat perekonomian Malaysia dapat dikatakan stabil dan terus menguat dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi 5,9 persen selama periode 2003-2007.<sup>232</sup> Sektor industri Malaysia juga sedang mengalami peralihan dari sektor industri manufaktur menjadi industri manufaktur berbasis pengetahuan dan teknologi. Menurut sebuah survey yang dilaksanakan oleh A.T. Kearney pada 2004, Malaysia menduduki posisi ketiga setelah China dan India sebagai tujuan aktifitas *outsourcing*.<sup>233</sup> Situasi tersebut didukung oleh kondisi sosial-demografis Malaysia sebagai *supplier* tenaga ahli, lingkungan *multi-lingual*, dan teknologi industri yang semakin kompetitif.

Dalam memandang hubungan antara kondisi politik domestik dan pertumbuhan ekonomi nasional, kasus Thailand merupakan hal yang menarik untuk disimak. Walaupun sempat mengalami kudeta militer pada tahun 2006, Thailand dapat mempertahankan iklim investasi yang kondusif. Pertumbuhan ekonomi Thailand selama periode 2005-2007 cenderung stabil pada kisaran 4,6 persen per tahun. Tingkat inflasi berdasarkan harga konsumen pasca kudeta 2006 juga tergolong rendah, yaitu mencapai 2,0 persen pada tahun 2007.<sup>234</sup> Pada dasarnya, stabilitas politik dan pertumbuhan ekonomi merupakan hubungan dua arah yang dapat saling menentukan satu sama lain, namun stabilitas politik juga hanya dapat diraih apabila pemerintah menunjukkan sikap tegas dan adil, serta berkomitmen dalam mengimplementasikan kebijakan nasionalnya.

Mitsuhiro Hayashi dalam hasil penelitiannya telah menyatakan bahwa permasalahan dalam pengembangan UKM di Indonesia adalah belum adanya proses implementasi yang selaras dengan kebijakan pemerintah. Hampir senada dengan pendapat tersebut, Thomas A. Timberg menyatakan bahwa hambatan pengembangan UKM di Indonesia justru disebabkan oleh sistem birokrasi dan situasi ekonomi-politik dalam negeri yang kurang kondusif.

Kebijakan pengembangan UKM yang tercantum dalam Renstra 2004-2009 merupakan rencana jangka menengah 5 tahunan yang dimulai dan diakhiri pada akhir periode pemerintahan. Kondisi tersebut dapat mempersulit pengim-

<sup>232</sup> <http://www.economist.com> (diakses tanggal 9 Mei 2008).

<sup>233</sup> National SME Development Council. *Moving Forward : Potential Growth Areas for SMEs* di dalam SME Annual Report 2006, op.cit. p. 167.

<sup>234</sup> <http://www.economist.com> (diakses tanggal 9 Mei 2008).

plementasian kebijakan yang *sustainable*, karena tidak ada hubungan koordinasi yang sinergis pada setiap penggantian kabinet. Tanpa cetak biru pengembangan UKM yang konsisten, masa peralihan kabinet dapat menciptakan kebijakan-kebijakan baru yang menyebabkan *return to zero-starting-point*, tidak ada kesinambungan kebijakan antar periode pemerintahan. Sebagai perbandingan, *SME blueprint* di Malaysia dikaji ulang dan diperbaharui kembali setiap tahun, sehingga pemerintahan yang sedang berjalan dapat terus meningkatkan kinerja dan produktifitasnya dengan memperhitungkan pencapaian pada tahun sebelumnya. Dengan adanya cetak biru, pembagian tugas dan koordinasi antar institusi di Malaysia dapat berjalan dengan lebih baik. Selain *SME Blueprint*, pemerintah Malaysia juga memiliki *grand strategy* dan pembagian tugas yang jelas bagi setiap institusi terkait.

Timberg dalam artikelnya berpendapat bahwa penyusunan kebijakan pengembangan UKM di Indonesia dipenuhi dengan kompetisi dan kepentingan-kepentingan politik yang melibatkan partai politik, *interest group*, akademisi, dan institusi-institusi. Karena sektor UKM belum memiliki wadah organisasi atau himpunan yang solid, para praktisi UKM mengandalkan berbagai organisasi sebagai sarana aspirasi. Namun lebih lanjut, Timberg menyatakan bahwa organisasi atau institusi-institusi yang mewakili UKM tersebut juga saling berkompetisi untuk menggolkan kepentingannya masing-masing.<sup>235</sup> Dengan kata lain, kebijakan pengembangan UKM di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai pihak dengan kepentingan politik yang terpecah-belah. Konsentrasi untuk mengamankan kekuasaan mengakibatkan depolitisasi kebijakan sulit dicapai.

Kebijakan pengembangan UKM merupakan wewenang Kementerian Koperasi dan UKM, namun dalam prakteknya, upaya pengembangan UKM juga perlu melibatkan berbagai institusi dan departemen di dalam negeri, antara lain Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan, Bank Sentral Republik Indonesia, Departemen Keuangan, Kamar Dagang dan Industri Indonesia, serta Kadin UKM yang baru dibentuk pada tahun 2005. Setiap institusi dapat meluncurkan program pengembangan UKM-nya masing-masing, dan untuk

---

<sup>235</sup> Thomas A. Timberg. *The Political Economy of SME Development Policy in Indonesia – the Policy Process, the Facts, and Future Possibilities*. 2000. Distributed at USAID Retreat, Bogor, Indonesia.

menciptakan sektor UKM Indonesia yang lebih kompetitif, diperlukan koordinasi yang efektif dan berkesinambungan antar institusi.

Mengenai uraian tersebut, hasil penelitian Timberg mengindikasikan bahwa setiap institusi (organisasi) mengadakan program pemberdayaan UKM dengan tujuan untuk mendapatkan jatah dana APBN (*budget resources*), dana perbankan, publisitas, dan *client* baru dalam pelaksanaan proyek.<sup>236</sup> Setiap institusi saling berkompetisi untuk mendapatkan persentase keuntungan material dan dukungan politik. Pemerintah pusat melalui beberapa instansinya telah berupaya untuk meningkatkan koordinasi antar institusi terkait, namun karena tidak ada "keuntungan" yang dapat diperoleh institusi (secara individu) melalui koordinasi, ada semacam keengganan untuk meningkatkan kolaborasi dan kerjasama internal. Penelitian lain yang disponsori oleh ADB (*Asian Development Bank*) juga mengungkapkan hal yang sama, yaitu bahwa terdapat banyak program promosi peningkatan ekspor produk UKM yang saling tumpang tindih antar institusi dan lembaga pemerintah.<sup>237</sup> Hal tersebut merupakan salah satu penghambat utama dalam peningkatan daya saing sektor UKM dalam negeri.

Persoalan lainnya yang perlu dikaji lebih lanjut adalah desentralisasi dan implikasinya bagi upaya pengembangan sektor UKM nasional. Di satu sisi, penerapan otonomi daerah memungkinkan pemerintah daerah setempat untuk merumuskan kebijakan pengembangan UKM yang lebih spesifik, disesuaikan dengan karakteristik industri UKM yang beroperasi di wilayah tersebut. Sebelumnya dalam kendali pemerintah pusat, kebijakan pengembangan UKM di Indonesia merupakan hal yang seragam di setiap daerah.<sup>238</sup> Kondisi tersebut cenderung kurang efektif karena dari aspek demografis, Indonesia memiliki *disparity* sosial-ekonomi yang sangat bervariasi. Dengan demikian, dibutuhkan pendekatan (kebijakan dan strategi) khusus dalam menangani sektor UKM di tingkat provinsi. Sependapat dengan uraian tersebut, sebuah kajian yang dilakukan oleh Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK pada tahun 2005 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara sentra UKM di pulau Jawa dan

---

<sup>236</sup> Ibid.

<sup>237</sup> Henry Sandee dan Buddy Ibrahim. *Evaluation of SME Trade and Export Promotion in Indonesia: Background Report*. ADB Technical Assistance. 2002.

<sup>238</sup> Badan Kerjasama Kabupaten Seluruh Indonesia. *Pola Pembinaan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi Dalam Rangka Otonomi Daerah*. 2001. Disajikan pada Seminar Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, Departemen Koperasi dan PKM, Nopember 2002. <http://www.bkksi.or.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

di daerah lainnya, sehingga pola pembinaan dan pemberdayaan UKM seharusnya dibedakan sesuai dengan karakteristik UKM setempat.<sup>239</sup> Di sisi lain, desentralisasi dapat mempersulit upaya konsolidasi dan koordinasi antar institusi, karena akan semakin banyak lembaga dan kepentingan politik yang terlibat dalam pemberdayaan UKM. Mengenai hal tersebut, Timberg berpendapat bahwa otonomi daerah dapat mendorong politisi untuk lebih memperhatikan kepentingan masyarakat setempat, namun desentralisasi juga dikhawatirkan dapat mendorong pemerintah daerah untuk lebih mengambil "keuntungan" dari sektor UKM.<sup>240</sup> Sementara itu, hasil penelitian lainnya mengindikasikan bahwa secara umum, kebijakan finansial yang dikeluarkan oleh pemerintah kota dan kabupaten tidak mempengaruhi pengembangan sentra UKM di daerah tersebut secara signifikan.<sup>241</sup> Dengan demikian, upaya pemberdayaan UKM di daerah masih sangat dipengaruhi oleh peran dan strategi pemerintah pusat. Sementara itu program dekonsentrasi kebijakan juga masih perlu dikaji lebih lanjut, karena untuk mewujudkan sektor UKM domestik yang berdaya saing regional, dibutuhkan *grand strategy* yang jelas, serta kolaborasi dan koordinasi yang sinergis antara pemerintah pusat dan daerah.

## **IV.2. Strategi Domestik dalam Menghadapi Pasar Tunggal ASEAN**

### **IV.2.1. Tantangan Pasar Tunggal ASEAN Bagi Sektor UKM Indonesia**

Rencana penerapan Pasar Tunggal ASEAN 2015 dalam mekanisme ASEAN *Economic Community* dapat memberikan dorongan bagi sektor UKM domestik untuk mengembangkan bisnisnya. Sekitar 53 persen PDB nasional berasal dari sektor UKM, namun partisipasi UKM Indonesia dalam perdagangan internasional masih sangat rendah. Sebagai sektor usaha padat karya yang meliputi 99.98 persen kegiatan usaha dalam negeri, sektor UKM belum mampu mengoptimalkan efisiensi dan efektifitas produksi. Upaya pemberdayaan UKM, khususnya di pedesaan, masih terhambat oleh minimnya akses terhadap sarana dan pra sarana pendukung usaha. Fokus pemasaran sektor UKM pada

<sup>239</sup> Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK. *Pengkajian Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah yang Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal* (diringkas oleh Togap Tambunan dan Paruhuman Nasution). 2005. Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 2 Tahun I - 2006.

<sup>240</sup> Thomas A. Timberg, op.cit.

<sup>241</sup> Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, op.cit.

umumnya masih terbatas pada pangsa pasar domestik. Indikator utama dalam penerapan Pasar Tunggal adalah kebebasan arus barang dan jasa dengan *zero barrier*. Dengan demikian, produk antar negara dalam kawasan ASEAN akan diperlakukan tanpa diskriminasi, sebagaimana layaknya perlakuan terhadap produk daerah setempat.

Selain memberikan peluang yang lebih luas dalam memperoleh pangsa pasar, akses terhadap teknologi, dan kemudahan pengembangan usaha, Pasar Tunggal ASEAN juga membawa tantangan tersendiri bagi sektor UKM dalam negeri. *Pertama*, meningkatnya iklim kompetisi regional karena pada dasarnya, negara-negara di kawasan memiliki produk-produk unggulan yang bersifat non-komplementer. Kondisi tersebut menyebabkan kalangan industri dan usaha di ASEAN memperebutkan pangsa pasar yang sama. Ketika persaingan semakin meningkat, akan tersedia lebih banyak pilihan bagi konsumen dan pada akhirnya, sektor usaha yang belum bersifat *market-oriented* akan sulit bertahan dalam suasana kompetisi internasional.

*Kedua*, dengan prinsip kebebasan arus barang dan jasa, Pasar Tunggal ASEAN juga berpotensi mendorong banjirnya produk impor di pasar domestik, bukan hanya dari negara-negara kawasan ASEAN, tetapi juga produk impor dari China. Apabila sektor usaha domestik mengeluarkan produk yang kalah saing, mekanisme Pasar Tunggal juga dapat mengancam keberlangsungan industri dalam negeri. *Ketiga*, Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar di ASEAN, sehingga bertambahnya pangsa pasar bagi Indonesia dalam Pasar Tunggal ASEAN kurang signifikan bila dibandingkan dengan potensi pertumbuhan pangsa pasar bagi negara anggota lainnya. Proyeksi pertumbuhan pasar bagi Indonesia merupakan yang terendah di ASEAN, yaitu sebesar 134 persen, bandingkan dengan potensi pertumbuhan pasar bagi Malaysia (2000 persen), Thailand (717 persen), dan Singapura (14.600 persen).<sup>242</sup>

Dari simulasi tersebut, tampak bahwa peluang Indonesia untuk menguasai pangsa pasar regional menjadi lebih sulit, terutama bila dibandingkan dengan pemain regional dengan GDP per kapita yang lebih besar seperti

---

<sup>242</sup> Bambang Warih Koesoema. *Indonesia dalam Proses Globalisasi Berkaitan dengan Kesiapan Menghadapi AFTA, Strategi Pemberdayaan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dan Penegakan Sistem Hukum (ekonomi) / "Law Enforcement"* dalam Dialog Publik Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah dalam Menghadapi AFTA melalui Penegakan Sistem Hukum Ekonomi Indonesia. Dies Natalis Universitas Airlangga Surabaya. 2002.

Singapura, Thailand, dan Malaysia. Kurangnya daya saing kalangan usaha dalam negeri menjadikan Indonesia sebagai sasaran empuk pemasaran produk dan jasa-jasa di ASEAN. Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di ASEAN, dunia usaha Indonesia perlu menerapkan *dual-strategy*, yaitu mempertahankan loyalitas pasar dalam negeri sebagai target pasar utama sekaligus berupaya untuk mengembangkan pangsa pasar regional.

Dalam menghadapi ketiga tantangan tersebut, sektor usaha dalam negeri khususnya UKM harus mulai diarahkan untuk lebih *outward-looking* dan mempelajari perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam mendesain produk-produknya, baik konsumen domestik maupun konsumen regional. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan semakin menempatkan konsumen sebagai 'raja'. Dalam menghadapi Pasar Tunggal, pemerintah dan sektor UKM harus mulai menyadari prinsip *market rules (market seek for the most competitive)*, sehingga faktor peningkatan daya saing perlu menjadi *critical point* dalam pengembangan UKM.

Mekanisme pasar memungkinkan konsumen untuk memilih produk yang paling kompetitif dan dapat mendorong kalangan industri untuk semakin kreatif. Dalam perilaku konsumen, strategi pemasaran dan keunggulan produk secara visual menjadi daya tarik dan pertimbangan utama. Faktor keunggulan desain (*product molding*, inovasi, teknologi) juga menjadi salah satu faktor yang menentukan daya saing produk industri. Salah satu hambatan yang dihadapi Indonesia dalam meningkatkan partisipasi sektor UKM dalam perekonomian nasional adalah belum adanya standar nasional untuk produk UKM. Sektor-sektor UKM sejenis di Indonesia, menghasilkan produk dengan ragam kualitas, standardisasi, dan desain produk (*molding*) yang belum terarah. Sementara itu, masih banyaknya sektor UKM yang belum mampu memenuhi standard internasional, juga menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan nilai ekspor UKM.

Tantangan *keempat*, lulusan perguruan tinggi di Indonesia umumnya kurang memiliki jiwa *entrepreneurship*. Dari aspek sosial-psikologis, masih jarang lulusan universitas dalam negeri yang bersedia untuk terjun langsung sebagai praktisi UKM. Sementara itu, untuk mengembangkan potensi UKM Indonesia, dibutuhkan tenaga-tenaga terampil dan terdidik, baik dari segi teknis maupun manajemen usaha. Di Indonesia, sektor UKM merupakan stabilisator sosial-ekonomi nasional dan penyedia lapangan kerja terbesar bagi *unskilled-workers*.

Daya saing UKM nasional dapat ditingkatkan melalui program pengembangan SDM dan dengan mempromosikan semangat kewirausahaan dalam sistem pendidikan nasional.

*Kelima*, kondisi geografis Indonesia, belum memadainya akses transportasi di daerah pedesaan, dan faktor harga BBM menyebabkan tingginya biaya transaksi, harga bahan baku, dan ongkos produksi di Indonesia. Mudrajad Kuncoro menyatakan bahwa bahan baku yang digunakan oleh sektor UKM berorientasi ekspor masih banyak yang berasal dari luar daerah produksi UKM.<sup>243</sup> Tingginya biaya transportasi juga mempersulit sektor UKM dalam meningkatkan aktifitas promosi dan pemasaran produk. Inefektifitas dan inefisiensi produksi menyebabkan tingginya harga produk akhir, namun peningkatan harga produk di Indonesia tidak berbanding lurus dengan kualitas, visualisasi, dan daya saing UKM secara keseluruhan di tingkat regional.

Tantangan *keenam*, berhubungan dengan akses finansial dan teknologi informasi dan komunikasi (ICT). Akses finansial merupakan salah satu kunci terpenting dalam kesuksesan UKM, namun sektor UKM Indonesia pada umumnya masih mengalami hambatan memperoleh akses modal, terutama dari institusi pemerintah dan perbankan nasional. Rendahnya akses UKM terhadap lembaga formal bukan hanya disebabkan oleh faktor lokasi, namun juga terbentur pada aspek legalitas usaha dan administrasi. Dalam upaya pengembangan UKM, perlunya penerapan ICT tidak dapat dikesampingkan. Dengan ICT, UKM dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran secara lebih mandiri, namun hingga tahun 2003, tingkat teledensitas Indonesia masih merupakan salah satu yang terendah di level ASEAN.

Meningkatnya kompetisi dari kalangan usaha manca negara, masih belum diiringi oleh upaya peningkatan daya saing industri domestik yang optimal. Ketika sektor industri negara-negara lain sudah mampu bersaing secara regional, sektor usaha dalam negeri justru masih menghadapi kesulitan dalam mempertahankan pangsa pasar domestik yang kini juga menjadi target pasar sektor industri asing. Tantangan lainnya bagi pemerintah adalah bagaimana mengidentifikasi dan mengembangkan sektor industri dengan diferensiasi tertentu yang dapat memenuhi *market niche* (celah pasar) potensial di tingkat

---

<sup>243</sup> Mudrajad Kuncoro. *UKM dan Orientasi Ekspor*. 2008. <http://www.seputar-indonesia.com> (diakses tanggal 17 April 2008).



domestik maupun regional. Pada dasarnya, Pasar Tunggal ASEAN memberikan implikasi yang sama bagi sistem perdagangan dan perekonomian regional, yaitu meningkatnya iklim kompetisi dan terbukanya kesempatan terhadap pangsa pasar yang lebih luas. Namun demikian, sektor industri UKM di setiap negara anggota ASEAN memiliki karakteristik yang berbeda, begitu pula dengan respon dan strategi masing-masing pemerintah dalam pengembangan UKM. Dengan demikian, peningkatan daya saing sektor UKM di suatu negara tetap bergantung pada kebijakan pemerintah yang bersangkutan. Pemerintah yang pro aktif dan strategi yang tepat sasaran merupakan gerbang utama yang dapat mendorong peningkatan daya saing UKM secara regional.

#### IV.2.2. Daya Saing UKM Indonesia : Perlunya Cetak Biru UKM

Disamping industri berbasis pertanian, transportasi, dan telematika, industri kecil dan menengah juga telah ditempatkan sebagai prioritas jangka panjang dalam cetak biru Kebijakan Pengembangan Industri Nasional yang dirumuskan oleh Departemen Perindustrian.<sup>244</sup> Setiap institusi di Indonesia dapat merancang program pengembangan UKM-nya masing-masing. Langkah Departemen Perindustrian dapat dikatakan cukup sesuai untuk mendukung upaya pemberdayaan UKM, namun cetak biru tersebut belum difokuskan sepenuhnya pada pengembangan UKM. Sementara itu Kementerian Negara Koperasi dan UKM yang memiliki wewenang secara institusional sebagai perancang kebijakan UKM, justru belum memiliki *master plan* pengembangan UKM nasional. Beberapa tahun terakhir, usulan untuk merancang cetak biru UKM nasional terus bergulir. Pada tahun 2004, Ketua Badan Pengurus Pusat HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) telah menyampaikan perlunya cetak biru UKM agar sektor tersebut dapat berkembang dan menjadi penyangga perekonomian nasional di masa mendatang.<sup>245</sup> Pada tahun 2005, rekomendasi serupa juga diajukan oleh Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), yaitu pembuatan cetak biru UKM yang memuat strategi pengembangan UKM nasional

<sup>244</sup> Sinar Harapan. *Menperin : Pengembangan UKM Bisa Dongkrak Sektor Riil*. Harian Umum Sore Sinar Harapan, Edisi 16 Juni 2007. <http://www.sinarharapan.co.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

<sup>245</sup> Bali Post. *Pengusaha Indonesia tak Kompetitif*. 2004. <http://www.balipost.co.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

sebagai salah satu upaya penanggulangan kemiskinan di Indonesia.<sup>246</sup> Beberapa kalangan di Indonesia telah menyadari bahwa persaingan yang dihadapi oleh sektor UKM bukan lagi persaingan antar pengusaha daerah, namun juga dari pelaku usaha internasional, terutama dengan semakin maraknya arus liberalisasi perdagangan dalam berbagai bentuk kerjasama internasional, FTA (*free trade agreement*), dan era WTO.

Sebagai upaya pemberdayaan UKM, Rencana Strategis Restrukturisasi Ekonomi Riil 2001-2004 yang dikeluarkan oleh Menteri Muda Restrukturisasi Ekonomi Nasional Republik Indonesia, telah menetapkan rencana pembuatan cetak biru UKM sebagai salah satu prioritas program ekonomi nasional.<sup>247</sup> Tampaknya rencana tersebut tidak terealisasi karena hingga tahun 2008, pemerintah masih belum memiliki cetak biru pengembangan UKM. Rencana Strategis merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah dalam upaya perbaikan ekonomi nasional, namun mekanisme perumusan dan pengimplementasian Renstra belum mengindikasikan adanya koordinasi yang berkesinambungan antar periode pemerintahan. Menurut Widyahartono,<sup>248</sup> terdapat tiga fakta yang dihadapi oleh industri riil dalam realita pasar, yaitu (1) persepsi kalangan usaha, terutama para praktisi sektor UKM, terhadap kebijakan industri nasional sebagai kebijakan yang tidak jelas dan tidak transparan; (2) kebijakan fiskal yang tidak komprehensif; dan (3) kebijakan perbankan yang belum memihak dunia usaha, terutama dalam hal pemberian kredit terhadap sektor UKM. Dengan demikian, seperti yang telah diungkapkan oleh Hayashi dan Timberg, tantangan terbesar bagi pengembangan UKM Indonesia adalah proses implementasi yang sinergis dengan rumusan kebijakan dan depolitisasi kebijakan nasional.

Hingga saat ini, kebijakan pengembangan UKM masih terfokus pada tataran pendukung makro ekonomi. Pihak Kementerian Koperasi juga menyadari bahwa perumusan cetak biru perekonomian Indonesia seharusnya terfokus pada pengembangan UKM dan koperasi, sehingga banyak kebijakan baru yang akan

<sup>246</sup> Kompas. *Usaha Kecil Menengah - Apindo Usulkan Adanya Cetak Biru Kebijakan*. Harian Umum Kompas Edisi 6 Juli 2005.

<sup>247</sup> Menteri Muda Urusan Restrukturisasi Ekonomi Nasional. *Rencana Strategis (Renstra) Restrukturisasi Ekonomi Sektor Riil 2001-2004*. <http://www.menmudren.go.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

<sup>248</sup> Bob Widyahartono. *Telaah – "Road Map" Kebijakan Ekonomi Pro-UKM, Koperasi dan Pasar*. 2007. <http://www.antara.co.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

dikeluarkan oleh pemerintah, bukan hanya dari segi pendanaan, namun juga penguatan UKM dan koperasi secara kelembagaan.<sup>249</sup> Pada tahun 2008 ini, pemerintah Indonesia tengah mempersiapkan cetak biru industri kreatif yang diharapkan dapat membantu pengembangan sektor UKM. Industri kreatif tersebut meliputi berbagai sektor usaha yang diantaranya berbasis desain, kerajinan, percetakan, *fashion*, *software* komputer, industri musik, film, fotografi, jasa periklanan, dan arsitektur. Kontribusi sektor industri kreatif terhadap perolehan GDP nasional mencapai 6,3 persen dan menyerap sekitar 4,9 juta tenaga kerja.<sup>250</sup> Cetak biru tersebut diharapkan selesai pada tahun 2009. Kendati berhasil diluncurkan, cetak biru tersebut hanya mewakili sebagian kecil pelaku UKM di dalam negeri, yang mayoritas didominasi oleh industri berbasis produk pertanian. Cetak biru industri kreatif sebaiknya dipandang sebagai sub ordinat dari *grand strategy* pengembangan UKM yang meliputi sektor UKM secara keseluruhan.

Pemerintah Thailand dan Malaysia sudah memiliki strategi yang jelas dalam pengembangan UKM di negaranya masing-masing, terutama pasca guncangan krisis Asia 1997. Thailand memang tidak memiliki "so-called" *SME blueprint*, namun dukungan pemerintah terhadap pemberdayaan UKM tercermin dalam rancangan kebijakan *SME Master Plan* yang berfungsi sebagai koridor dan arahan kebijakan yang harus dipatuhi oleh setiap institusi yang menyediakan program pengembangan UKM. Dengan *master plan* tersebut, inefisiensi dan inefektifitas yang diakibatkan oleh tumpang-tindihnya program pemberdayaan UKM antar institusi dapat diminimalisasi.

Perhatian terhadap sektor UKM juga ditunjukkan oleh pemerintah Malaysia melalui perumusan *SME Blueprint* yang di tinjau ulang setiap tahun. Cetak biru UKM Malaysia berfungsi sebagai acuan bagi berbagai kementerian dan institusi dalam mengimplementasikan program-program pengembangan UKM yang koheren, komprehensif, dan bersifat saling komplementer. Sejak mulai diimplementasikan pada tahun 2005, *SME Blueprint* di Malaysia telah memberikan berbagai manfaat positif, yaitu (1) mendorong institusi pemerintah untuk mengeluarkan kebijakan yang lebih difokuskan pada upaya peningkatan

<sup>249</sup> Aplikasi Dana Bergulir Perlu Disatukan. <http://www.perbendaharaan.go.id> (diakses tanggal 9 April 2008).

<sup>250</sup> Asep Toha. *Industri Kreatif Tunggu Cetak Biru*. Media Indonesia Online, 28 Februari 2008. <http://mediaindonesia.com> (diakses tanggal 24 Maret 2008).

kinerja UKM; (2) meningkatkan kolaborasi dan koordinasi antar instansi pemerintah dalam merancang program-program yang berkaitan dengan pengembangan UKM; dan (3) memperkuat komitmen lembaga dan instansi pemerintah dalam merealisasikan program-program utama yang dirumuskan dalam cetak biru UKM.<sup>251</sup>

Pemerintah Thailand dan Malaysia telah memiliki cetak biru (strategi) pengembangan UKM yang komprehensif, bukan hanya untuk menghadapi persaingan regional, namun juga dalam level internasional. Sektor-sektor industri potensial di kawasan ASEAN pada dasarnya tidak jauh berbeda, namun dengan kebijakan yang pro UKM disertai dengan pengimplementasian strategi secara sinergis, Thailand dan Malaysia mampu memosisikan diri sebagai "pemain" regional. Meningkatnya daya saing kedua negara tersebut juga dipengaruhi oleh kemampuan pemerintah masing-masing negara dalam membimbing dan mengelola sektor UKM domestik, khususnya dalam hal peningkatan kualitas produk, peningkatan nilai tambah, *molding* (visualisasi dan desain) produk, penyediaan sarana dan pra sarana produksi, serta efisiensi dan efektifitas produksi sehingga menciptakan produk-produk berkualitas dengan harga yang kompetitif. Kebijakan pemerintah Thailand dan Malaysia dalam pengembangan UKM dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih *market-oriented*, sehingga lebih siap dalam menghadapi liberalisasi perdagangan.

Pada dasarnya, pemerintah Indonesia sudah memiliki strategi yang relatif sama, yaitu dengan mempromosikan berdirinya sentra-sentra UKM dan tersedianya layanan kredit UKM di bank-bank komersial milik swasta maupun pemerintah. Namun demikian, ada perbedaan mendasar dalam pengimplementasian kebijakan di Indonesia, yaitu kurangnya fokus kebijakan, kurangnya dukungan (sarana) promosi di level internasional, dan minimnya kontrol pemerintah dalam pengelolaan sentra UKM. "Ketidakjelasan" kebijakan yang dipersepsikan oleh kalangan usaha juga diakibatkan oleh publikasi kebijakan yang kurang komprehensif dan tidak komunikatif. Walaupun pemerintah sudah berupaya untuk membangun pusat informasi UKM, aksesnya masih sangat terbatas, terutama di daerah-daerah pedesaan. Kesulitan lainnya yang dihadapi oleh pemerintah Indonesia adalah desentralisasi dan

---

<sup>251</sup> National SME Development Council. *Key Programmes for SME Development* di dalam SME Annual Report 2006, op.cit. p. 55.

dekonsentrasi kebijakan yang menyebabkan sulitnya membangun koordinasi antar instansi pemerintah. Perbedaan kebijakan dan strategi di daerah-daerah juga dapat mengakibatkan kesulitan bagi pemerintah pusat dalam menetapkan standardisasi produk-produk industri yang sejenis. Kurangnya kontrol pemerintah terhadap (kualitas) produk UKM, terutama produk ekspor, dapat mengurangi daya saing produk tersebut di pasaran internasional. Secara umum, dapat dikatakan bahwa daya saing Indonesia di level regional masih tertinggal bila dibandingkan dengan Thailand dan Malaysia. Kondisi tersebut tidak selalu disebabkan oleh kualitas produk yang lebih rendah, namun dapat pula disebabkan oleh kurangnya dukungan pemerintah, tidak adanya *grand strategy* nasional, serta belum adanya keselarasan antara rumusan dan upaya implementasi kebijakan. Secara khusus di Indonesia, minimnya koordinasi masih menjadi permasalahan "klasik" dalam upaya pemberdayaan UKM.

Era globalisasi menunjukkan fakta dan tantangan baru bagi Indonesia, yaitu bahwa strategi yang perlu dikedepankan dalam liberalisasi perdagangan adalah peningkatan produktifitas dan ekspor produk-produk non-migas. Indonesia juga harus mulai mengalihkan prinsip perekonomiannya menjadi *market-oriented* dan *outward-looking*. Kalangan usaha dalam negeri, khususnya sektor UKM, perlu mulai mengupayakan pengembangan usaha secara internasional, karena pasar domestik saat ini sudah mulai 'dikuasai' oleh produk-produk impor. Dari pengalaman Thailand dan Malaysia dalam pemberdayaan UKM, ada beberapa hal yang kiranya dapat dijadikan sebagai landasan *blueprint* pengembangan UKM nasional. *Pertama*, mempromosikan potensi yang dimiliki koperasi sebagai sumber pengadaan biaya bagi sektor UKM di daerah-daerah pedesaan. Disamping itu, pembentukan Bank UKM nasional juga perlu untuk dipertimbangkan, karena institusi keuangan dalam bentuk perbankan lebih dapat diandalkan sebagai sumber modal bagi kalangan usaha. Institusi perbankan dapat memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber modal dari pemerintah, sementara koperasi menghadapi kesulitan dalam menyediakan pinjaman karena sumber modal koperasi bergantung pada simpanan nasabahnya masing-masing.

*Kedua*, mengembalikan kontrol pemerintah pusat terhadap perumusan kebijakan UKM dan proses implementasi di daerah. Dalam hal ini, dekonsentrasi kebijakan UKM dalam rangka desentralisasi (otonomi daerah) perlu ditinjau ulang, karena berdasarkan pengalaman pemerintah China dalam menangani

UKM, peran negara amat dibutuhkan. Di China, banyaknya sektor UKM dengan berbagai jenis usaha dan produksi menyebabkan pemerintah tidak dapat melaksanakan kontrol kualitas dengan baik.<sup>252</sup> Banyaknya kasus peredaran produk-produk China yang 'bermasalah' (menggunkan bahan berbahaya, beracun, dan sebagainya) di pasar internasional merupakan salah satu efek samping dari kurangnya kontrol pemerintah pusat. *Ketiga*, pemerintah Indonesia perlu mempererat hubungan antara sektor swasta dan pemerintah, serta mempublikasikan informasi mengenai kebijakan UKM secara transparan, jelas, dan komunikatif agar dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. *Keempat*, pemerintah perlu mengambil pelajaran dari strategi (promosi) *branding* Malaysia di forum-forum internasional. Untuk meningkatkan daya tawar Indonesia secara global, pemerintah harus secara aktif 'memperkenalkan' ciri khas budaya dan produk-produk Indonesia. Kasus Malaysia menunjukkan bahwa aktifitas promosi berkorelasi positif terhadap *leverage* negara yang bersangkutan di level internasional.

*Kelima*, pemerintah perlu mengkaji lebih lanjut, produk-produk apa saja yang menjadi unggulan sektor UKM Indonesia dan secara aktif mempromosikan manfaat pendaftaran desain industri (Hak Kekayaan Intelektual dalam bidang produk-produk industri) bagi kalangan usaha. *Keenam*, pemerintah Indonesia perlu merestrukturisasi program-program pengembangan sentra UKM yang selama ini belum dikelola secara optimal. Program OTOP di Thailand atau pembangunan *cluster-cluster* produksi UKM yang terintegrasi di Malaysia, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan *blueprint* UKM. Cetak biru UKM nasional perlu dirancang sedemikian rupa agar dapat dijadikan sebagai acuan program pengembangan UKM bagi seluruh instansi dan lembaga yang terkait dengan pengembangan UKM. *Blueprint* UKM yang terintegrasi juga dapat meminimalkan resiko 'tumpang-tindih' kebijakan antar instansi pemerintah.

### IV.3. Strategi Regional dalam Menghadapi China

#### IV.3.1. Tantangan Kekuatan Ekonomi China Bagi ASEAN

Melihat kemajuan ekonomi China selama satu dekade terakhir, kelompok negara ASEAN tidak dapat mengesampingkan faktor (pengaruh) China.

<sup>252</sup> Zainuddin Djafar, op.cit. p. 112.

Liberalisasi perdagangan lebih banyak membawa implikasi positif bagi perekonomian China. Pembukaan pasar China mendorong beroperasinya 450 dari 500 perusahaan teratas di dunia. Liberalisasi di China juga berkorelasi positif terhadap peningkatan FDI *inflow*. Kontribusi modal asing terhadap GDP China meningkat dari 25,4 persen pada tahun 2000 menjadi 37,7 persen pada 2004.<sup>253</sup> Cadangan devisa China pada tahun 2004 mencapai 618,57 miliar USD<sup>254</sup> dan meningkat pesat hingga mencapai 1,455 USD pada 2007.<sup>255</sup> Faktor China baik di ASEAN maupun secara global, lebih bersifat ekonomi (*soft power*). Bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara, China telah berperan sebagai sumber utama bagi bantuan luar negeri, perdagangan, dan investasi.<sup>256</sup> China merupakan sumber bantuan ekonomi utama bagi Myanmar. Bagi Laos dan Vietnam, China merupakan sumber bantuan luar negeri terbesar kedua setelah Jepang.<sup>257</sup>

Pengaruh China di ASEAN semakin meningkat dengan disetujuinya pembentukan ACFTA. Hubungan kerjasama China dan ASEAN dapat meningkatkan stabilitas ekonomi dan politik kawasan, serta berpotensi untuk mengurangi konflik-konflik yang diakibatkan oleh sengketa wilayah (*territorial dispute*).<sup>258</sup> Dari segi jumlah populasi, ACFTA akan menjadi FTA terbesar di dunia. Rata-rata peningkatan angka perdagangan China-ASEAN adalah sebesar 25,9 persen per tahun. Pada tahun 2007, nilai perdagangan China-ASEAN mencapai 202,6 miliar USD.<sup>259</sup> Kerjasama ASEAN-China dalam FTA, dapat memberikan kesempatan yang lebih besar bagi ASEAN dalam memperluas pangsa pasarnya. Sementara itu, keberhasilan China dalam mengembangkan sektor UKM-nya dapat menjadi semacam faktor pendorong dalam pemberdayaan UKM di ASEAN. Namun demikian, faktor kekuatan ekonomi China juga menghadirkan beberapa tantangan bagi negara-negara ASEAN secara regional.

<sup>253</sup> F. Harianto Santoso. *Zona Pengembangan Ekonomi di dalam Cermin dari China*, op.cit. p. 50.

<sup>254</sup> Simon Saragih. *Fondasi Ekonomi Makro China Juga Kukuh di dalam Cermin dari China*, op.cit. p. 72.

<sup>255</sup> Lihat footnote [63].

<sup>256</sup> Thomas Lum, et.al., op.cit.

<sup>257</sup> Ibid.

<sup>258</sup> Jin-dong Yuan. *China-ASEAN Relations : Perspectives, Prospects and Implications for U.S Interests*. Strategic Studies Institute of the U.S Army War College. October 2006. <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?PubID=735> (diakses tanggal 10 Mei 2008).

<sup>259</sup> *Trade Between China, ASEAN Hits \$202,6 bln, Three Years Ahead of Schedule*. 2008. <http://news.xinhuanet.com> (diakses tanggal 10 Mei 2008).

*Pertama*, China merupakan pesaing terberat ASEAN dalam memperoleh FDI. Sejak tahun 1996, China menggeser posisi ASEAN sebagai tujuan utama investasi asing dalam kelompok negara-negara berkembang.<sup>260</sup> China juga sudah tumbuh sebagai bagian dari jaringan produksi global. Tantangan bagi ASEAN dalam hal ini adalah bagaimana memanfaatkan hubungan kerjasama ASEAN-China untuk meningkatkan kembali perolehan FDI di ASEAN. Peran China dalam *global supply chain* dan kerjasama ACFTA dapat membuka peluang bagi ASEAN untuk bersama-sama dengan China, berperan sebagai basis produksi regional yang berpengaruh dalam sistem internasional.

Tantangan *kedua* adalah 'perseteruan' politik yang terjadi di ASEAN dapat mengurangi potensi integrasi ASEAN dan lebih jauh, mengurangi daya tawar ASEAN secara regional, baik dalam menghadapi China, maupun dalam forum internasional. Kebijakan China dalam mengorbankan 'ego' politik dan perseteruan ideologinya dengan negara-negara barat, terbukti dapat mendukung kemajuan pembangunan China di tingkat domestik. Pemerintah China telah menyadari bahwa untuk memperoleh manfaat dari era globalisasi (*fruits of globalization*), aspek-aspek yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, pembangunan, kerjasama antar negara, kemajuan teknologi, dan modernisasi, harus lebih didahulukan.

*Ketiga*, dalam menghadapi ASEAN, China tidak hanya menggagasi pembentukan ACFTA, namun juga sedang merencanakan FTA bilateral dengan beberapa anggota ASEAN.<sup>261</sup> Selama integrasi ekonomi ASEAN belum terwujud, kerjasama bilateral yang lebih menguntungkan bagi negara-negara ASEAN secara individu, tentu dapat dengan mudah lebih diprioritaskan. Hal tersebut dikhawatirkan dapat menghambat realisasi Pasar Tunggal ASEAN. *Keempat*, defisit perdagangan China dengan negara-negara ASEAN-5 telah meningkatkan kepentingan ASEAN untuk 'mempertahankan' China. Kondisi tersebut dapat mendorong negara-negara ASEAN untuk berjalan 'sendiri-sendiri' dan mengedepankan kepentingan individu karena adanya 'persaingan' untuk menguasai 'pasar' China. Di sisi lain, ketergantungan ASEAN terhadap 'pasar' China juga dapat memperkuat dominasi China di kawasan.

<sup>260</sup> Simon Saragih. *Selalu Kompatibel dengan Pola FDI di dalam Cermin dari China*, op.cit. p. 80.

<sup>261</sup> Zainuddin Djafar, op.cit. p. 113.



Hubungan perdagangan China-ASEAN bersifat non-komplementer. Pada dasarnya, ASEAN dan China merupakan kompetitor dalam meraih pangsa pasar internasional, terutama Amerika Serikat dan Eropa. Tantangan *kelima*, produk-produk China pada umumnya bersifat *labor intensive, low value added part of production, dan low prices*.<sup>262</sup> Hal tersebut menyebabkan sulitnya produk-produk ASEAN (khususnya Indonesia) untuk bersaing dengan produk China apabila produk-produk tersebut merupakan produk yang sejenis. Namun demikian, ASEAN masih memiliki kesempatan dalam menghadapi China karena produk-produk China dengan harga yang sangat kompetitif, pada umumnya tidak diiringi dengan kontrol kualitas yang baik. Kondisi tersebut memberikan celah bagi ASEAN untuk mengambil alih *market share* China baik secara regional, maupun di pasar internasional. *Keenam*, pertumbuhan '*service exports*' China masih sangat tertinggal apabila dibandingkan dengan '*merchandise exports*'.<sup>263</sup> Situasi tersebut dapat menjadi *clue* bagi negara-negara ASEAN dalam menyusun strategi regional menghadapi kekuatan ekonomi China di level internasional.

Tantangan berikutnya yang dihadapi Indonesia, dan ASEAN pada umumnya, adalah persoalan penyelundupan dan masuknya produk-produk ilegal dari China yang 'mengacaukan' pangsa pasar domestik.<sup>264</sup> kondisi tersebut tidak hanya merugikan negara, namun juga merugikan kalangan industri dalam negeri, terutama karena fenomena tersebut terjadi saat daya saing Indonesia melemah.<sup>265</sup> Lemahnya regulasi dan pertahanan negara menjadi celah utama bagi masuknya produk-produk ilegal. Untuk menghadapi situasi tersebut, diperlukan kerjasama regional yang solid antar negara ASEAN. *Kedelapan*, dalam memahami dan melakukan kerjasama dengan para pengusaha China, pendekatan dengan pihak UKM China amat penting untuk dilaksanakan.<sup>266</sup> Lebih lanjut, Djafar menyatakan bahwa UKM dan China sudah menjadi semacam satu kesatuan dan karakteristik yang tak dapat dikesampingkan dalam melakukan penetrasi pasar China.<sup>267</sup> Tantangan bagi kelompok negara ASEAN dalam permasalahan tersebut adalah bahwa ASEAN perlu mendukung pengembangan UKM sebagai salah satu upaya untuk dapat berhadapan dengan China.

<sup>262</sup> Jinglian Wu di dalam Zainuddin Djafar, op.cit. p. 119.

<sup>263</sup> Ibid. p. 120.

<sup>264</sup> Zainuddin Djafar, op.cit. p. 133.

<sup>265</sup> Ibid.

<sup>266</sup> Ibid. p. 124.

<sup>267</sup> Ibid. p. 124-125.

Kalangan korporasi dan usaha besar memang memiliki daya tawar tersendiri, namun dalam menghadapi ribuan UKM China, sektor UKM regional perlu diberdayakan.

Secara umum, tantangan utama yang dihadapi ASEAN adalah mewujudkan integrasi ekonomi secara menyeluruh. Bukan tidak mungkin apabila keputusan penerapan Pasar Tunggal ASEAN kembali mengalami akselerasi dalam rangka menghadapi faktor China. Dominasi ekonomi China perlu diantisipasi dengan memperkuat komitmen negara-negara ASEAN dalam integrasi ekonomi. Selain strategi institusional, ASEAN juga perlu mempersiapkan strategi 'praktis'. Dalam hal ini, konsep perencanaan dan mekanisme implementasi *Regional Production Network (RPN)* perlu diupayakan secara maksimal dalam rangka mengupayakan komplementerisasi kawasan dan dalam menghadapi dominasi ekonomi China. Sehubungan dengan hal tersebut, Indonesia bersama-sama dengan Thailand dan Malaysia dapat berperan sebagai "pelopor" dalam upaya merealisasikan Jaringan Produksi Regional (*RPN*) UKM yang terintegrasi di kawasan Asia Tenggara.

#### **IV.3.2. Perlunya Strategi Regional UKM dalam Menghadapi China**

Cita-cita ASEAN dalam *ASEAN Vision 2020* adalah terbentuknya integrasi ekonomi regional yang ditandai dengan diberlakukannya konsep pasar tunggal (*single market*) dan *single production base*. Konsep basis produksi tunggal mengacu pada sistem koordinasi dan kebebasan arus input produksi antar negara ASEAN. Dengan dihilangkannya segala hambatan teknis, tarif dan non-tarif, biaya produksi (transaksi) yang melibatkan input produksi dari berbagai negara, dapat diminimalisasi.<sup>268</sup> Kondisi tersebut memberikan manfaat lebih bagi kalangan usaha besar dan TNCs (*Trans-National Corporations*) untuk menggunakan faktor-faktor produksi yang efisien berdasarkan *economies of scale*. *Single production base*, pada dasarnya dapat pula dikatakan sebagai konsep *regional supply chain* atau *regional production network*.

Dalam menghadapi tantangan ekonomi China, ASEAN sudah memiliki konsep yang relevan, yaitu rencana pembentukan basis produksi regional.

<sup>268</sup> Romeo A. Reyes. *ASEAN : A Single Market and Production Base*. The Jakarta Post, Edisi 14 Juni 2004. <http://www.thejakartapost.com> (diakses tanggal 11 Mei 2008).

Namun proses implementasi ke arah tersebut belum seiring dengan perkembangan proses implementasi menuju Pasar Tunggal ASEAN. Apabila dihubungkan dengan sektor UKM, konsep *regional production network* dapat dipahami secara lebih luas. *Pertama*, menyertakan sektor UKM sebagai mitra (produsen) TNCs dalam proses pengadaan input produksi. Dalam pemahaman tersebut, keberlangsungan sektor UKM masih sepenuhnya 'tergantung' pada korporasi dan investasi asing. Negara-negara ASEAN juga tampaknya dapat mengalami hambatan dalam merealisasikan RPN yang sinergis antara TNCs dan sektor UKM, karena ASEAN akan semakin kesulitan untuk 'mengikat' komitmen TNCs. Ketergantungan UKM juga akan bertolak belakang dengan kepentingan pemerintah untuk menciptakan sektor UKM yang mandiri. *Kedua*, membangun jejaring kerjasama antar sektor-sektor UKM sejenis di ASEAN, terutama untuk produk-produk UKM manufaktur primer dan produk-produk olahan pangan. Hal tersebut dimungkinkan karena sifat perdagangan intra-ASEAN yang non-komplementer justru dapat membuka peluang bagi terciptanya sektor UKM regional dengan tingkat produktifitas yang tinggi. Untuk menyaingi China, negara-negara ASEAN tidak dapat berdiri sendiri, namun dibutuhkan basis produksi regional dengan ragam produk unggulan sejenis dan efisiensi serta efektifitas produksi. Konsep tersebut juga dapat dikatakan lebih 'searah' dengan upaya pengembangan sektor UKM domestik yang mandiri serta secara perlahan mengurangi ketergantungan negara (pemerintah) terhadap kalangan korporasi asing.

#### IV.4. Rekomendasi Penelitian Lanjutan (*Future Research*)

UKM sudah diakui sebagai aktor ekonomi yang berpengaruh dalam hubungan internasional, terutama setelah China membuktikan bahwa sektor UKM dapat berperan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi nasional. Guncangan ekonomi Asia tahun 1997 juga menunjukkan bahwa aklifitas ekonomi dan perdagangan internasional yang selama ini didominasi oleh kalangan MNCs ternyata lebih rapuh terhadap krisis dan tidak berbanding lurus dengan pemerataan kesejahteraan sosial (*social welfare*).

Dalam memandang regionalisme dan wacana integrasi ekonomi ASEAN, faktor China tidak dapat dikesampingkan. Kurangnya *political will* negara-negara

ASEAN ditengarai sebagai hambatan terbesar yang dapat 'mengancam' realisasi integrasi ekonomi regional secara menyeluruh. Beberapa negara ASEAN sudah memiliki *leverage* yang cukup 'meyakinkan' di lingkup regional, namun ASEAN juga menyadari bahwa pengaruh China perlu dihadapi bersama-sama. Wacana dan proses pembentukan Pasar Tunggal ASEAN terus bergulir, namun bagaimanakah peluang terwujudnya integrasi ekonomi ASEAN tanpa kehadiran institusi supranasional? Sejauh mana integrasi ekonomi ASEAN dapat diterapkan? Dalam hal pengembangan UKM, Malaysia, Thailand, dan Indonesia dapat dikatakan sebagai "pelopor" di kawasan, namun apakah sektor UKM ketiga negara tersebut sudah mampu menghadapi kekuatan UKM China? Bagaimana proporsi kontribusi sektor UKM masing-masing negara ASEAN terhadap hubungan perdagangan intra-kawasan? Suatu penelitian, kiranya dapat terus melahirkan penelitian lainnya secara berkesinambungan. Begitu pula halnya dengan penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru serta membuka lebih banyak wacana dan kesempatan riset mengenai peran sektor UKM dalam sistem ekonomi-politik internasional di tengah era globalisasi ekonomi dunia.